Januar | Februar | März · 39. Jahrgang · Jahresabo PDF € 25,00 · Print € 32,40

VISUELL aktuell

Informationen für Bildkäufer, Agenturen und Fotoproduzenten

1 | 2012

Frauenfußball in Kenia

fotoerbe.de und ein neuer wichtiger Verein



Bildreportagen – Fotoserien – Videos



Happy hour – auch für Sam Bo!

Mittelbadische Kulturlandschaft

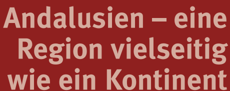


Opa ruht im 3. Stock!



Über den Tisch gezogen!

Bildreportage „Loveparade“



Andalusien – eine Region vielseitig wie ein Kontinent



Wildwasser in den Rocky Mountains



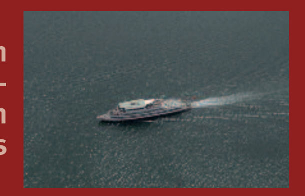
Outlet Roppenheim – Die Halbzeit ist vorbei!



Kambodscha – Ein geschundenes Land im Aufbruch



Mit dem Bodensee-Zeppelin unterwegs



An alle
VISUELL aktuell-Abonnenten
und -Interessenten

mit einem Gruß aus Baden-Baden

2012

Alle Jahre wieder gibt es im neuen Jahr Überraschungen und Veränderungen.

Im Jahre 2000 wurden Farbdias per Einschreiben mit der Post versandt, Fotokataloge waren die Umsatzbringer der Bildanbieter und per Fax hat man modern korrespondiert. Die Veränderungen gehen weiter.

Faxgeräte sind auslaufende Modelle. Firmenbriefbögen werden kaum noch gebraucht und Bücher, Zeitschriften und Zeitungen kommen per Internet zu den Lesern.

Das Internet hat jetzt eindeutig die Nase vorne. Bildnutzer und Fotoanbieter haben sich auf die neuen Angebote und Vertriebsformen eingestellt. Als VISUELL aktuell als eine der ersten Fachzeitschriften per PDF zum Versand kam, wurde dies auf Anhieb von den Abonnenten angenommen. Da vorauszusehen war, dass einige Abonnenten auch künftig eine Printausgabe wünschen, wird diese zunächst auch als solche im Digitaldruck hergestellt und ausgeliefert.

Die erste Online-Verbreitung von VISUELL aktuell erreichte eine größere Leserschaft. Bei dem jetzt vorliegenden Magazin wird es nochmals eine Steigerung geben. Die Werbeanzeigen sind verlinkt, so dass Interessenten sich sofort auf der Homepage des Inserenten weiter informieren können.

Alle Internet-Abonnenten und Noch-Print-Bezieher erhalten 2012 und auch zukünftig den derzeitigen, noch kostenlosen, täglichen/wöchentlichen Branchenservice mit News von piag.de.

Über eine Datenbank mit Fotonachlässen aus dem Bereich Agenturen, Fotografen und Archive berichten wir in dieser Visuell-Ausgabe (auf Seite 24). Ein vorgesehener Bericht von Bildredakteuren namhafter Publikationen über die Entwicklung des Bildmarktes wurde dahero für das Magazin 2/2012 zurückgestellt.

Alles Gute für 2012 und darüber hinaus.

PIAG Presse Informations AG
Dieter Brinzer









Das Titelfoto ist mit einem Ausschnitt dem ab Seite 35 vorgestellten Buch **nudealbum 01** vom Verlag seltmann+söhne entnommen.

Fotografiert wurde von Kerstin Zupan.

WEITERE RUBRIKEN

Erscheinungstermin der nächsten VISUELL aktuell-Ausgabe ist der 15. April 2012.

Tagesaktuelle Nachrichten lesen Sie in der Zwischenzeit wie gewohnt auf www.piag.de und jeden Freitag in unserem kostenlosen Newsletter.







Splash News weitet Präsenz in i-picturemaxx aus

Das umfangreiche Angebot von aktuellen Aufnahmen, exklusiven Porträts, Fotos vom Roten Teppich und reichhaltigem Archivmaterial stellt Splash News über das Mediennetzwerk i-picturemaxx auch Anwendern in Großbritannien zur Verfügung.
Kevin Smith, Präsident von Splash News and Pictures, kommentiert die Entscheidung: „Wir freuen uns auf den Ausbau der Zusammenarbeit", und führt weiter aus: „bislang konnten die Medienkäufer Splash über IDS erreichen, aber ab Januar 2012 wird Splash nicht länger über IDS verfügbar sein."

Echte Gratisfotos – Ein neuer Service von „flashmedia bild"

Die Berliner Bild- und Nachrichtenagentur „flashmedia bild" ist seit kurzem der Bildangebotsplattform i-picturemaxx angeschlossen worden. Die Agentur wurde als eigenständige Firma im Jahr 2008 unter dem Namen „dfjv Bildportal" in Berlin gegründet.
Schwerpunktthemen der Agentur sind Prominente, Persönlichkeiten, Fashion, Shows, Events, Politik, Tiere und Reisen.
Bildredaktionen erhalten künftig die Möglichkeit, Fotos zu bestimmten Themen kostenfrei für die redaktionelle Verwendung zu beziehen. Hierbei handelt es sich um Bilder aus den Bereichen Fashion und Prominente – von Bismarck bis zu Hollywoodstar Sarah Marshall und Teri Hatcher. Fotos, u.a. von Demi Moore und Leonardo DiCaprio, werden demnächst verfügbar sein.
Geschäftsführer Wolfgang Martinez meint hierzu: „Wir erhalten Fotoaufträge von Eventfirmen. Wir stellen die Fotos für einen Zeitraum, der je nach Auftragsvereinbarung mit der Eventfirma geregelt ist, zwischen 30 Tage bis 90 Tage kostenfrei den Redaktionen zur Verfügung. Nach Ablauf dieser Frist müssen die Bilder bei Verwendung nach Anstrich bezahlt werden. Bei Verwendung während der kostenfreien Zeit muss als Bildunterschrift lediglich der Hinweis auf die Veranstaltung stehen. Dieser Service soll nicht nur einen Vorteil für Redaktionen beinhalten, sondern auch Werbefirmen und Eventfirmen die Möglichkeit einräumen, die Veröffentlichungen in den Print- und Onlinemedien zu erhöhen. Schließlich sind auch Eventfirmen ihren Auftragsgebern gegenüber erfolgsverpflichtet."

Kontakt: info@flashmedia-bild.de

Edie Tobias steigt bei Corbis auf

Corbis Images ernennt Edie Tobias zum Senior Vice President (SVP) für kommerzielle Produkte. Von Los Angeles aus wird Tobias dafür verantwortlich sein, den Unternehmensbereich für kommerzielle Produkte zu leiten und das Wachstum von Corbis und Veer weltweit voranzutreiben.
„Edie Tobias verfügt über detaillierte Branchenkenntnisse, um die nächste Stufe der kommerziellen Entwicklung von Corbis positiv zu beeinflussen".
Bevor sie SVP wurde, war Edie Tobias bei Corbis für den Bereich Media Products zuständig. Ihre Karriere begann sie im Managementbereich des Unternehmens Sharpshooters Premium Stock Photography and Footage und wurde nach der Firmenübernahme durch Corbis im Jahre 2000 Director of Photography.

Freie-Bildredakteure.de war 2011 erfolgreich

Die Vermittlungsagentur Freie-Bildredakteure.de blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2011 zurück. In den letzten Monaten konnten wieder zwei weitere Redakteure in den Pool aufgenommen werden. Sabine Denk unterstützt nun den Süddeutschen Raum und Petra Schwaiger verstärkt das Team in Hamburg. Insgesamt kamen damit im Laufe des Jahres neun neue Redakteure dazu. „ Ich bin froh, dass uns auch in diesem Jahr wieder so viel Vertrauen entgegenge-

bracht wurde und möchte mich bei allen Kunden bedanken", so Sibylle Siemens, Gründerin der Agentur.

Neu: freshfocus

freshfocus wurde 2011 von erfahrenen Pressefotografen und Redakteuren als unabhängige Agentur in Zürich gegründet. Die Stärken der jungen Bildagentur sind aktuelle Bilder zu den Themen Sport, Wirtschaft und Politik der Schweiz. In der Datenbank sind bereits weit über 150.000 Bilder zu finden.
Themenschwerpunkte: Schweiz, Sport, Wirtschaft, Politik.

culture-images mit Kollektionen von De Agostini

Die Kölner Bildagentur culture-images, die im Auftrag öffentlicher Einrichtungen und privater Sammlungen Fotos kultureller Werke repräsentiert, kündigt die Zusammenarbeit mit dem italienischen Verlag De Agostini an und bietet nun u.a. dessen Samm-



Ägypten, Antikes Theben, Unesco Weltkulturerbe 1979, Deir el-Medina, Wandgemälde in einem Grab

lung über Kultur und Leben im alten Ägypten an, wie zum Beispiel Reliefs und Wandmalereien aus Theben und Memphis, die bis heute faszinieren.

Liefert dapd zukünftig die Nachrichten an das Auswärtige Amt?

Das Bundeskartellamt wies einen Einspruch der Deutschen Presse-Agentur, dpa, gegen die Auftragsvergabe für die Lieferung von Nachrichten an das Auswärtige Amt (AA) an eine andere Agentur zurück. Es ging um den Einspruch, dass künftig Nachrichten und Bilder für die deutschen Auslandsvertretungen aufgrund einer Ausschreibung bei mehreren Anbietern eingeholt und gegebenenfalls vergeben werden. Das Monopol dieses lukrativen Auftrags hatte Jahrzehnte lang unangefochten die dpa. Der Bundesgerichtshof hat diese Praxis moniert.
„Jetzt hat erstmals ein faires Vergabeverfahren stattgefunden und dabei hat dapd überzeugt", meint Chefredakteur Cord Dreyer von dapd, und fügt hinzu: „Der Deutschen Presse-Agentur bleiben jetzt zwei Wochen Zeit für einen Einspruch. Erst wenn diese Frist abgelaufen ist, kann der Auftrag endgültig an dapd vergeben werden."



Foto: syndikatfotofilm.at

Generalversammlung Syndikat Foto Film

Mitte Januar 2012 fand in Wien die Generalversammlung des Syndikat Foto Film statt.
Auf der Tagesordnung stand unter anderem:
– Bericht über abgelaufene Aktivitäten, z.B. aus dem Österreichischen Kuratorium für Presseausweise
– Neuwahl des Präsidiums und des gesamten Vorstandes.
VISUELL aktuell wird über das Ergebnis der Versammlung berichten.

Neues Preismodell

bestprice-images ist eine eigenständige Microstock-Marke von mauritius images. Hier werden Bilder auf unkompliziertem Weg zu niedrigen Preisen angeboten. Das Bildangebot ist qualitativ hochwertig und vielfältig.
Alle Themenbereiche werden abgedeckt und eine einfache und übersichtliche Preisstruktur, gekoppelt an eine funktionelle und komfortable Website machen den Bildeinkauf zum kreativen Erlebnis. Das alles macht bestprice-images zur Adresse für Kunden, die den einfacheren, schnelleren und günstigeren Weg zum Online-Bild-Einkauf bevorzugen.
Beispiel aus dem neuen Preismodell:
Bis 0,25 MB (Mobilfunkauflösung) • 72dpi • RGB Verwendungsbeispiele: Mobilfunkverwendungen € 2,50
0,25 MB bis 1MB (Webauflösung) • 72dpi • RGB Verwendungsbeispiel: Bildschirmpräsentationen € 5,–
Die vollständige Preisübersicht finden Sie unter www.bestprice-images.com/de/die-neuen-preise.html

13 Millionen lizenzfreie Bilder bei PantherMedia

Die Microstock-Bildagentur PantherMedia gestaltet ihre Online Plattform neu und vervielfacht durch gezielte Lieferantenpartnerschaften das bisherige Archiv um mehr als 10 Millionen zusätzlicher lizenzfreier Bilder auf insgesamt 13 Millionen.
Neben dem Einzelbildkauf sind alle neuen Bilder auch im Abonnement erhältlich.
Die Agentur führt für alle Produkte zusätzlich neue erweiterte Lizenzen ein. Dem Kunden stehen dabei vier unterschiedliche erweiterte Rechte zur Verfügung: Das Recht zur Veröffentlichung im Rahmen von Pressemitteilungen, das Recht zur unternehmensweiten Nutzung in verbundenen Unternehmen innerhalb eines Konzerns, das Recht zum Druck auf Merchandisingartikel und das Recht zur Verwendung der Produkte in Templates.

Viele Anmeldungen zum PICTAday 2012 des Jahres

Nachdem nun auch die Galerie für externe Bildanbieter geöffnet wurde, haben sich bis zum Redaktionsschluss über 40 Aussteller zum PICTAday am 22. März 2012 angemeldet. Die Location im Kopfbau der Tramhalle im MVG-Museum München eignet sich hervorragend für diese Veranstaltung.




Foto: Alexander Koch

Bildeinkäufer aus Verlagen, Werbeagenturen, und Marketingabteilungen werden bei dieser Eintagsmesse erwartet. Wie bei den vorhergehenden Veranstaltungen wird die Möglichkeit zur Kontaktpflege und Kommunikation in gelöster Atmosphäre mit entsprechender Bewirtung geboten.
Nebenstehend aufgeführte Aussteller haben sich angemeldet:

- Picture Press (1)
- dpa Picture Alliance + dpa-Infografik (2)
- Bridgeman Berlin (3)
- Clipdealer (4)
- Dokfünf (5)
- photocuisine (6)
- akg images (7)
- ddp images (8)
- epd-bild (9)
- Picturemaxx (10)
- Medical Art Service (11)
- catprint (12)
- f1online+doc-stock (13)
- plainpicture (14)
- jump (15)
- Bulls Press (16)
- StockFood (17)
- Living4Media (18)
- iStockphoto (19)
- Interfoto (20)
- Arco Images (21)
- images.de + Fotofinder (22)
- Licensegarden (23)
- laif (24)
- WAZ FotoPool (25)
- Artothek (26)
- Food Centrale + Studio Seiffe (27)
- SZ-Photo (28)
- mauritius-images (29)
- Flora Press (30)
- dieKleinert (31)
- Getty Images (32)
- Okapia (33)
- LOOK (34)
- Alamy (35)
- depositphotos (37)
- vario images (38)
- Xenario/Fotoware (39)
- Splash News (43)
- Imago (48)
- Pond5 (54)



Der Tagesspiegel – erste deutsche Zeitung im neuen Apple-Zeitungskiosk

Die Tagesspiegel-App ist die erste deutsche Zeitung im Apples ‚Newsstand', dem neuen Zeitungskiosk für iPhone, iPad und iPod touch.
Seitdem die App, die aus einem aktuellen Online-Teil und einem für Apple-Geräte optimierten ePaper besteht, im Juli 2011 im App-Store erschien, wurde sie bereits über 200.000 Mal heruntergeladen. Die Verfügbarkeit im neuen „Newsstand" hat die Downloadzahlen dabei noch beschleunigt. Das ist auch im App-Store deutlich zu erkennen: Dort hat das Tagesspiegel-Angebot über Tage das Ranking der beliebtesten Apps angeführt. In der Kategorie ‚beliebteste Nachrichten-App' befindet sich der Tagesspiegel ebenfalls auf Platz Eins.
Ein Feature der neuen App ist dabei das automatische Laden der aktuellsten Tagesspiegel-Ausgabe auf das Endgerät, sobald eine entsprechende Verbindung besteht. Apple selbst findet diese Funktion sehr innovativ: „Das ist so ähnlich, wie wenn Ihnen die Zeitung an Ihre Tür geliefert wird", erklärte Apple zum Start. Mit diesem Update unterstützt die Tagesspiegel-App somit das neue Betriebssystem iOS 5.

„How to be a Playboy"

Burda hat ein Sonderheft getestet. Das Männermagazin „Playboy" mit dem Titel „How to be a Playboy" hat 138 Seiten und erschien im Oktober, zunächst einmalig als Special Edition, und kostet 8,90 Euro.
„Alles, was der Mann von heute wissen, haben, können, machen muss" heißt es auf dem Heft. Und die Antwort steht auch direkt darunter: „Stilvoll auftreten, entspannt Frauen erobern, mühelos Karriere machen, geschmackvoll wohnen und elegant feiern". Wie Mann das in die Tat umsetzt, steht dann in dem Sonderheft.
„How to be a Playboy" erscheint in einem Sonderformat und im Vergleich zum monatlichen „Playboy" auf einem anderen Papier. Fotorealist Alfons Kiefer illustrierte das Titelbild mit dem James-Bond-Darsteller Daniel Craig. Unterstützt wird der Verkauf des Magazins durch Anzeigen und Sonderplatzierungen durch POS-Aufsteller an rund 1.000 Verkaufsstellen in Deutschland. Die Druckauflage beträgt 80.000 Exemplare.
„How to be a Playboy" soll ein weiterer Schritt im Ausbau der Marke Playboy in Deutschland sein. Laut IVW stieg die verkaufte Auflage des „Playboy" von 211.708 (III/2010) auf 216.158.

Egmont Ehapa lässt die Monster los



Das Magazin „Monster High" ist am Kiosk. Ein Heft für „coole girls", allerdings zunächst nur als Oneshot. Abhängig vom Erfolg des Magazins dürfen sich die kleinen Monster-Fans vielleicht auf eine regelmäßige Fortsetzung im Frühjahr 2012 freuen.
Das Heft kostet 3,50 Euro und bietet gruselige Geschichten, Rätsel und Gewinne. In „Monster High" geben Frankie Stein, Draculaura & Co. Einblicke in ihre Tagebücher und Tipps für den perfekten Mons - ter-Style. Die Druckauflage beträgt 80.000 Exemplare.

Unternehmensgruppe Aschendorff will Westfalen-Blatt übernehmen

Wie aus einem Fallbericht des Bundeskartellamts zu erfahren war, will die Unternehmensgruppe Aschendorff in Münster den Verlag des Bielefelder Westfalen-Blatt anscheinend komplett übernehmen. Aschendorff Medien plant demnach den Erwerb der

C. W. Busse Holding „in zwei Schritten". Im ersten Schritt hat das Münsteraner Medienunternehmen im Familienbesitz 24,9 Prozent an der Holding übernommen. Das Kartellamt hat keine Einwände.
Der Einstieg der Unternehmensgruppe Aschendorff ist eine Sache der kalkulatorischen Abwägung. Man verspricht sich Synergieeffekte zwischen den Verlagen in Münster und Bielefeld und könnte so zum Beispiel Verwaltungskosten sparen. Inwieweit sich noch weiteres Einsparpotential ergibt, ist derzeit noch unklar. Trotz allem Optimismus stehen allerdings auch notwendige, kostspielige Investitionen in ein neues Druckzentrum in Bielefeld bevor.

Neu(e) „COUCH"

Gruner + Jahr hat das neue Wohn- und Lifestylemagazin COUCH an den Kiosk gebracht. Das Projekt war zunächst unter dem Arbeitstitel SOFA ins Gespräch gekommen.
Zielgruppe des Pocketmagazins sind junge Frauen im Alter zwischen 20 und 34 Jahren.
Der Copypreis liegt für die Startausgabe bei zwei Euro. Das Magazin umfasst 228 Seiten. Weitere Details zu dem Titel, der zunächst als One-Shot erscheint, sowie die Höhe der Druckauflage sind bislang nicht bekannt.

Neuaufstellung bei Süddeutsche.de

Nur wenige Tage nach dem Redesign der Website präsentierte Stefan Plöchinger, Chef von Süddeutsche.de, seine neue Aufstellung. Seine Vizes sind Julia Bönisch (Chefin vom Dienst), Peter Lindner (Politikchef) und Lutz Knappmann (Nachrichten/ Wirtschaft). Für Süddeutsche.de arbeiten insgesamt knapp 30 Redakteure. Statt der klassischen Einteilung in Politik, Wirtschaft, Sport und Kultur ist die Redaktion in fünf Teams geteilt: News (alle aktuellen Nachrichten aus Politik, Wirtschaft, Sport, etc.), Plus (alle nicht-nachrichtlichen Ressorts), Multimedia (Videos), Regional (Bayern), Service.
Der bisherige Vizechef Bernd Graff schreibt nicht nur als Autor, er wird künftig auch Themen mit dem Feuilleton der Printredaktion koordinieren.

G + J investiert zweistellige Millionensumme in den chinesischen Digitalmarkt

Das Männermagazin „Leon", die Frauenzeitschrift „Rayli Fushi Meirong" oder „Parents World/Fumu", eine Art chinesisches „Eltern", sind für den Anzeigenmarkt im Reich der Mitte wahre Goldgruben. Manche Hefte sind so dick wie Versandhauskataloge. Gruner + Jahr will daher seine Aktivitäten in China kräftig ausbauen. Es ist geplant, in den chinesischen Digitalmarkt eine Summe im zweistelligen Millionenbereich zu investieren. Es gibt allerdings für dieses Vorhaben bislang noch keine offizielle Bestätigung. Aus der Gerüchteküche verlautet aber, dass der Deal bald über die Bühne gehen soll.

Videos auf Zeitungswebsites

Mehr als 70 % der deutschen Verlage binden mittlerweile Videos auf ihrer Internetseite ein. Doch die Auffassungen über Qualität, Nutzen, Inhalt und Anspruch gehen weit auseinander. „Videos sind nice to have, aber kein must!", sagte Hans-Jürgen Jakobs, ehemaliger Chefredakteur von sueddeutsche.de, während einer von Annette Milz („MediumMagazin") moderierten Diskussion. Abgesehen davon, dass Videos Energie- und enorme Serverkosten verursachen, sollte man laut Jakobs nicht vergessen, was aus objektiven Gründen wichtig ist. Widerspruch erhielt er von Silke Springensguth, Geschäftsführerin DuMont Net. Sie ist der Auffassung, dass es nicht reicht, ein Interview abzufilmen, sondern es solle kurz und prägnant das darstellen, was man schriftlich nicht rüberbringen kann. Unterstützt wurde sie von Robert Bosch, Managing Director Crossmedia Sales bei Axel Springer, der diese

Videos als wichtige Informationsquelle sieht. Im letzten Jahr wurden ihm 16 000 Fotos von Lesern gesendet. Darunter auch ein Video eines Flugzeugunglücks, das es bis in die Fernsehnachrichten schaffte.

„Familienforschung“ neu am Kiosk

Heute liegt erstmals das neue Heft „Familienforschung“ am Kiosk. Wer sich auf die Suche nach seinen Wurzeln machen will, für den bietet das Heft hilfreiche Unterstützung. Hier finden sich Tipps für die optimale Nutzung von Kirchenbüchern, Archiven und Online-Datenbanken bei der Recherche nach Vorfahren.

Zusätzlich zeigt „Familienforschung“, wie man die eigenen Suchergebnisse mithilfe von sozialen Netzwerken mit anderen kommunizieren kann.

Das Heft „Familienforschung“ erscheint zweimal jährlich, kostet 9,80 Euro und ist außerdem in Museen und Archiven, wie beispielsweise dem Deutschen Auswandererhaus in Bremerhaven erhältlich.

Neuer Besitzer der WAZ

Nach langem Gezerre um den drittgrößten Zeitungskonzern Deutschlands sind jetzt Entscheidungen gefallen. Petra Grotkamp wird die Führung der WAZ übernehmen. Das Unternehmen soll eine neue Struktur bekommen, wobei der Verlag Axel Springer als Vorbild dienen könnte.

Wenn der Vertrag unterzeichnet ist, wird Petra Grotkamp in dem Medienkonzern mit gut einer Milliarde Euro Umsatz die Entscheidungen treffen. Zu dem Konzern gehören 40 Zeitungen (darunter die Westdeutsche Allgemeine und die Neue Ruhr/Neue Rhein Zeitung) sowie mehr als 100 Zeitschriften (Gong).

Auch Springer war an dem WAZ-Konzern interessiert und bot 1,4 Milliarden für das Gesamtpaket. Dies war allerdings nur als theoretisches Angebot zu betrachten, weil die Kartellbehörden der Komplettübernahme niemals zugestimmt hätten.

Karl-Heinz Bonny verlässt Landwirtschaftsverlag

Völlig überraschend kommt der Abgang des Hauptgeschäftsführers des Landwirtschaftsverlages Karl-Heinz Bonny. Unter seiner Führung schrieb der Verlag aus Münster mit dem Titel „Landlust“ eine bemerkenswerte Print-Erfolgsgeschichte. Im ersten Quartal des vergangenen Jahres wurde die 800.000er-Auflagenmarke geknackt. Mittlerweile haben sich etliche Nachahmer etabliert, die nach dem Konzept von „Landlust“ ebenfalls beachtliche Erfolge erzielen.

Bonny ist auch Vizepräsident des Verbandes Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) und für sein diplomatisches Geschick bekannt. Die Frage der Nachfolge ist bislang noch nicht abschließend geregelt.

Gong Verlag und GeraNova Bruckmann verstärken Zusammenarbeit

Die beiden Münchner Häuser stärken ihre Verbindung über die Tierzeitschriften aus dem zur WAZ Mediengruppe gehörenden Gong Verlag. Dazu wurde eigens das Joint Venture „Ein Herz für Tiere Media GmbH“ gegründet. Mit „Ein Herz für Tiere“, „Hart voor Dieren“, „Partner Hund“, „Geliebte Katze“, „DOGStoday“, „Katzen extra“, „Das Deutsche Hundemagazin“, „Gesunde Tierliebe“ und „du und das tier“ werden dort künftig ganze neun Titel gemanagt.

Damit katapultiert sich der Neustarter gleich an die Spitze der Verleger für Tierzeitschriften in Europa. Die beiden Häuser sind bereits miteinander verbandelt. Schon seit 2009 sind sie verlegerisch für das Lebensart-Magazin „LandIDEE“ ein Paar. 2011 kam der Titel „LandIDEE Wohnen und Deko“ dazu. Die Zusammenarbeit trug gute Früchte: „LandIDEE“ expandierte in die Niederlande und gehört zu den größten Auflagengewinnern im Segment der Lebensart-Magazine.

„View“ findet Nachahmer

Die Foto-Boulevardzeitschrift „View“ von Gruner+Jahr, die trotz einiger Anlaufschwierigkeiten mittlerweile respektable und ansehnliche Erfolge aufzuweisen hat, scheint auch bei anderen europäischen Verlagshäusern Begehrlichkeiten geweckt zu haben. Der französische Medienkonzern Hachette Filipacchi bringt das Magazin „Choc“ auf den Markt, das „View“ sehr ähnlich sieht. Die italienische RCS Mediagroup OggiFoto publiziert jetzt einen Ableger der Zeitschrift „Oggi“, der ebenfalls eine frappierende Ähnlichkeit mit dem Layout der „View“ hat. Bei Gruner + Jahr sieht man die Angelegenheit gelassen und durchaus positiv. Nach Meinung der Macher von „View“ ist eine Kopie die höchste Form der Anerkennung.

Schweizer Ableger für finanzen.net

Ab sofort bietet Deutschlands größtes Finanzportal, finanzen.net, ein neues Angebot in der Schweiz an. Auf www.finanzen.ch erhalten Schweizer Nutzer künftig speziell auf ihren Markt zugeschnittene Börsen-News, Kursdaten in Echtzeit sowie zahlreiche Informationen rund um Aktien, Fonds, Rohstoffe, strukturierte Produkte und Devisen.
Das Portal bietet neben nationalen und internationalen Finanzdaten von finanzen.net, redaktionelle Analysen und Hintergrundberichte von STOCKS, dem reichweitenstärksten Anleger-Magazin in der Schweiz, sowie Personalisierungsmöglichkeiten. Beide Marken gehören zu Axel Springer.

„Der Spiegel“ – das meistzitierte Medium 2011

„Der Spiegel“ steht wieder an erster Stelle. Das Hamburger Nachrichtenmagazin ist das meistzitierte Medium im Jahr 2011. Dahinter reihen sich im nationalen Ranking die „Bild“-Zeitung als die am häufigsten zitierte Tageszeitung im vergangenen Jahr ein, gefolgt von der „Süddeutschen Zeitung“. Dies geht aus der aktuellen Auswertung des Zitate-Rankings der PMG Presse-Monitor GmbH in Berlin hervor. „Der Spiegel“ wurde von den untersuchten Medien insgesamt 2.855 Mal zitiert. 2.453 Zitate im vergangenen Jahr gehen auf die „Bild“-Zeitung zurück. Deutschlands meistzitierte Wirtschaftszeitung ist das „Handelsblatt“; die am häufigsten zitierte deutsche Regionalzeitung ist der „Tagesspiegel“.

„imaging+foto contact“

Fachhändler, Fachanwender sowie Profifotografen stoßen bei der Suche nach einer guten Fachzeitschrift zwangsläufig auf das Magazin „imaging+foto contact“. Die Themenschwerpunkte liegen in den Bereichen Foto, digitale Bildbearbeitung, Video, Labor- und Studiotechnik. Es werden außerdem aktuelle Branchenentwicklungen aufgegriffen und beleuchtet. In regelmäßigen Zeitabständen erscheint zusätzlich die Verlegerbeilage „Der Handel“. Ebenfalls integriert ist das Supplement „profi-contact“, das als offizielles Organ der deutschen Berufsfotografen-Verbände fungiert.

Neustart für „Theater heute“

Mit einem umfassenden Relaunch startet „Theater heute“ in das neue Jahr. Zur Ausgabe 1/2012 präsentiert sich die renommierteste und einflussreichste Theaterzeitschrift im deutschsprachigen Raum in einer kräftig aufgefrischten, noch lesefreundlicheren Optik. In die Neugestaltung seines Monatstitels hat der Friedrich Berlin Verlag (Berlin) Erfahrungen und

Anregungen aus der diesjährigen Leserbefragung einfließen lassen. So wurde unter anderem die Haptik stark aufgewertet: Das neue Heft erscheint auf stärkerem Papier, auch der Umschlag ist wesentlich fester als zuvor.Die wohl augenfälligste Änderung: Ab sofort komplett vierfarbig. Mit der besseren Ausstattung wird sich der Preis von bislang 9,80 Euro auf zwölf Euro erhöhen. Dieser Preis gilt für den deutschen Einzelverkauf aller Hefte, ob Einzel- oder Doppelausgabe. Der Preis des Jahrbuchs bleibt unverändert bei 24,80 Euro.

Gratis TV-Zeitschrift „On Air“ auch für Android

Nachdem die kostenlose Programmzeitschrift „On Air“ bislang nur Apple iPhone, iPod und iPad vorbehalten war, wird sie nun auch für Mobiltelefone und Tablet-PCs mit Android-Betriebssystem vom Software-Spezialisten Stanwood bereitgestellt.
Zunächst ist der elektronische Helfer nur als Beta-Version im „Android Market“ abrufbar. Er zeigt das TV-Programm der nächsten sieben Tage von etwa 140 Sendern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz an. Die Navigation erfolgt entweder über das Programmraster oder Listenansichten, die nun auch die Steuerung über Gesten unterstützen.
Nutzer von mehreren Geräten können über einen optionalen „On Air“-Account ihre Einstellungen zwischen verschiedenen Geräten synchronisieren. „On Air“ soll in diesem Jahr in einer finalen Version bereitstehen.

Egmont Ehapa bringt neues Kindermagazin an den Kiosk

Zum Jahresbeginn bringt der Verlag Egmont Ehapa eine neue Zeitschrift an den Kiosk. Zielgruppe des „ZhuZhu Pets-Magazin“ sind Mädchen und Jungen zwischen 5 und 9 Jahren.
Geschichten, Gewinnspiele und Bastelideen sowie andere Anregungen für Hamsterbesitzer sind die Themen des neuen Magazins. Zu jedem Heft gibt es außerdem eine Sammelfigur aus dem „Zhu-Universe“.
Das „ZhuZhu Pets-Magazin“ erscheint in einer Auflage von 100.000 Exemplaren, der Copypreis liegt bei 2,95 Euro. Die erste Ausgabe lag am 5. Januar am Kiosk. Danach soll das Heft monatlich erscheinen.

Youngtimer Welt

Der W. P. Europresse Verlag (Bergisch Gladbach) hat seit 4. Januar 2012 ein neues Automagazin mit dem Titel „Youngtimer Welt“ auf den Markt gebracht. Youngtimer, das sind moderne Klassiker: Fahrzeuge, die im Unterschied zu Oldtimern noch nicht wirklich alt sind, dennoch von Sammlern sehr gesucht werden – weil sie unverwüstlich sind, elegant oder funktional und damit das Straßenbild ihrer Zeit entscheidend geprägt haben. Typische Youngtimer sind etwa der Saab 900, der Mercedes-Benz der Baureihe 123, der Fiat Panda oder der VW Scirocco. Ein solches Auto zu fahren, das ist nicht nur ein Vergnügen, es zeugt von einer Geisteshaltung: Der Youngtimer-Fan liebt zuverlässige Autos, die den Fahrer nicht bevor-

munden, gut konstruiert sind und – etwas Feingefühl für Technik vorausgesetzt – über Jahrzehnte repariert, gepflegt, jung gehalten werden können. Die Zeitschrift präsentiert viermal jährlich die beliebtesten und schönsten dieser Klassiker, beschreibt sie detailliert und setzt sie fotografisch perfekt in Szene. Das Magazin gibt Tipps zu Reparatur und Pflege, hilft bei der Beschaffung von Originalteilen, stellt Experten, Werkstätten und Händler vor, beobachtet die Preise und sonstigen Marktentwicklungen und bietet in einem ausführlichen Anzeigenteil die Chance, gepflegte Fahrzeuge zu kaufen oder einen Käufer zu finden. In der ersten Ausgabe geht es unter anderem um deutsche Youngtimer aus den 80er und 90er Jahren sowie um den Charme und die Qualitäten nicht getunter Originalfahrzeuge. Außerdem liefert die Redaktion unzählige Tipps und Tricks zur Verschönerung und Auffrischung in die Jahre gekommener Liebhaberstücke.
Preis: für vier Euro bundesweit im Handel erhältlich.

Natur erleben mit „Land & Berge“

Der Baden-Badener Sammet Verlag bietet mit seinem Magazin „Land & Berge“ alles, was die stetig wachsende Gruppe der LOHAS – Menschen, die ihr Leben auf Basis von Gesundheit und Nachhaltigkeit führen – interessieren könnte: Sitten und Gebräuche, Tiergeschichten, Wandertipps, Natur, Rezepte für gesunde und bewusste Ernährung, Handarbeiten, Leben auf dem Land und in den Bergen, alte Handwerkstraditionen und vieles mehr.
Das Magazin „Land & Berge“ erscheint 6-mal jährlich, kostet 3,90 Euro pro Exemplar und ist am Kiosk erhältlich.

Brand Media neuer Vermarkter von Jalag und Medweth

Das Bundeskartellamt erteilte dem Jahreszeiten Verlag, Jalag, und der Verlagsgruppe Medweth die fusionskontrollrechtliche Freigabe für das gemeinsame Unternehmen Brand Media GmbH (BM).
Der Jalag (u.a. „Für Sie“) und die Medweth-Verlage Family Media („familie&co“), Madame Verlag („Madame“) und Vision Media („Jolie“) haben in dem Zusammenhang dem 50:50-Joint Venture die Vermarktung von 25 Zeitschriften sowie der jeweiligen Online-Versionen übertragen.
Damit ist BM nach eigenen Angaben die Nummer sechs unter den deutschen Zeitschriftenvermarktern. Wie aus Kreisen der Geschäftsführung zu hören ist, arbeitet man daran, Condé Nast vom fünften Rang zu verdrängen.

AUTO BILD-App erscheint als Sonderedition

Erstmals erschien eine große Sonderedition der AUTO BILD-App. Darin wurden alle automobilen Highlights der Jahre 2010 und 2011 präsentiert. Das digitale Nachschlagewerk umfasst auf insgesamt 600 Seiten zahlreiche Tests, Reportagen und Ratgeber. Es stehen den Lesern insgesamt über 2000 Bilder, mehr als 300 interaktive Multimedia-Inhalte und rund 80 Videos zur Verfügung.
„Herrlicher Motorensound, schöne Formen und faszinierende Technik – unsere digitale Sonderedition ist ein Genuss für alle Auto-Fans. Wer die App öffnet, erlebt eine spannende Reise durch die Autojahre 2010 und 2011“, so Bernd Wieland, Chefredakteur AUTO BILD.
Die digitale AUTO BILD-Sonderedition kostet einmalig 5,99 Euro, sowohl im App Store als auch im Android Market verfügbar.

„wohin? DAHIN!“ – das Entdeckermagazin

Nach zwölf erfolgreichen Jahren „City Faszinationen“ bringt der Kölner ella Verlag das Reisemagazin „wohin? DAHIN!“ an den Kiosk. Auch hier gibt es Reise-, Kultur- und Eventtipps – nicht nur aus Deutsch-

land, sondern aus ganz Mitteleuropa. Daneben bietet das Magazin Buch- und Spieletipps sowie umfassende Servicehinweise wie Eintrittspreise, Öffnungszeiten und Weblinks.
„wohin? DAHIN!“ erscheint zweimal jährlich; der Copypreis beträgt 3,90 Euro.

Täglich online, freitags gedruckt

Ende Oktober vergangenen Jahres startete in Basel die Veröffentlichung der neuen Print- und Online-Zeitschrift „TagesWoche“. Neben täglich neuen Berichten im Internet erscheint zusätzlich freitags die gedruckte Version mit ausgiebigen Hintergrundinformationen. Die „TagesWoche“ fungiert als Tageszeitung mit aktuellen nationalen und internationalen Berichten und Geschehnissen im Großraum Basel sowie als Wochenzeitung mit detaillierten Hintergrundinformationen.
Die „TagesWoche“ lädt ein zum aktiven Mitreden. Leser und Leserinnen sollen die Möglichkeit haben, sich einzubringen. Die Idee ist, mitreden zu können und reden zu lassen.
Das Konzept ähnelt dem des deutschen Journalisten und Verlegers Jakob Augstein, der mit seiner Wochenzeitschrift „Freitag“ auch auf Print und Online baut. Vermutlich holten sich die Initiatoren der „TagesWoche“ deswegen Rat von seiner Seite. Augstein hat bereits die Erfahrung gemacht, dass das Geld hauptsächlich mit der gedruckten Zeitschrift verdient werden muss, da die Werbung auf der Internetseite selten zur Kostendeckung ausreicht. Zumindest ist dies seine Einschätzung, basierend auf eigener Erfahrung mit dem „Freitag“. Vermutlich wird auch die Smartphone-App der „TagesWoche“ kostenpflichtig sein. Laut Augstein ist der Verkauf von Inhalten auf Papier oder anhand von Apps der einzige Weg, Geld zu verdienen.
Nach Übernahme der „Basler Zeitung“ durch einen neuen Verleger und nach vorausgehenden politischen Diskussionen entstand die Idee zur „TagesWoche“. Die neu entstandene Zeitung wird nicht wie



erwartet von jungen, unbekannten Gesichtern unterstützt, sondern hauptsächlich von erfahrenen Journalisten, die der „TagesWoche“ Qualität verleihen. Ein Großteil der Journalisten stammt noch von der „Basler Zeitung“. Früherer Vizechef der BaZ, Urs Buess, und Remo Leupin, vorheriger Leiter der Zeitschrift „BeobachterNatur“, bilden die Redaktionsspitze der „TagesWoche“.
Unter www.tageswoche.ch finden Sie weitere Informationen sowie aktuelle Themen.

France Soir stellt Print-Ausgabe ein

Wenn eine renommierte, ehemals große Tageszeitung ihre Printausgabe komplett einstellt, lässt das die Branche schon aufhorchen. France Soir war mit über 1,5 Mio Auflage die größte Tageszeitung Frankreichs. Am 13.12.2011 erschien zum letzten Mal eine gedruckte Ausgabe. Von den 120 Mitarbeitern entlässt der Eigentümer und Milliardär Alexander Pugatschew 89. Zuletzt war der Verkauf der Zeitung, von ehemals 1,5 Millionen auf schlappe 36.000 Exemplare, dramatisch zurückgegangen.

Die nächste VISUELL aktuell-Ausgabe erscheint am 15. April.

Redaktions- und Anzeigenschluss ist 14 Tage vorher.

PIAG-Angebote für Bildnutzer

Bildreportagen + Fotoserien

www.piag.de ist die Anlaufstelle für Informationen für den Ein- und Verkauf von Fotorechten. Monatlich werden über 100 neue Meldungen im Internet veröffentlicht. Das Online-Verzeichnis der Agenturen wird ständig erweitert.

Der Informationsmarkt wandelt sich vom Printheft zum schnellen und umfassenden Internetangebot. www.piag.de mit seinen Datenbanken hat sich der rasanten Entwicklung angepasst.

N E U **ist die Vorstellung von Bildreportagen, Fotoserien und Videos.**

Der Ablauf ist einfach. Agenturen oder Bildjournalisten liefern 10–15 Fotos einer Reportage mit entsprechendem Text. Diese Bilder werden im Internet – gewissermaßen als Visitenkarte – mit Namen und Anschrift veröffentlicht. Weitere bereits vorliegende Fotoserien werden mit einer Kurzbeschreibung direkt auf dieser Seite vermerkt. Alle Themen werden registriert und in ein Themenregister übernommen. Soweit Videoaufzeichnungen vorliegen, gibt es einen entsprechenden zusätzlichen Vermerk. **Alle Bild-Bestellungen gehen direkt zum Rechteinhaber.** Eine Telefonumfrage bei Redaktionen und Verlagen ergab, dass für diese Art der Reportage-Suche sowie der Suche nach guten Videos Interesse besteht. Zudem werden erfahrungsgemäß innerhalb von Bildserien häufig auch die besten Einzelfotos gefunden. www.piag.de

Photolinkpool.de

Die Ausgangsbasis für die Einrichtung dieses neuen Suchsystems war die Überlegung, dass die meisten Bildnutzer/Bildsucher ihre Bilder vorwiegend unter ca. 40 Hauptgruppen suchen.
Große Bilddatenbanken bieten theoretisch fast alles, was man sucht. So sind auch die ganz großen Bildanbieter genauso wie kleine Spezial-Archive auf dieser neuen Plattform mit jeweils nur drei Spezialthemen vertreten. In der Konzentration auf nur 3 Themen liegt der Erfolg von photolinkpool.de, der heute bereits in mehreren Sprachen angeboten wird. Wer ein Thema eingibt, kommt sofort zu den betreffenden Links der Bildanbieter und kann hier besonders viele oder ganz ausgefallene Bilder finden. Der Weg zum echten Spezialisten ist damit hergestellt. Gesucht wird im Archiv des jeweiligen Linkpool-Teilnehmers und der Bildsucher stimmt die Konditionen selbst mit dem Lieferanten ab.

Geht es noch einfacher?
Dies ist ein Service der PIAG AG für die vielen Bildsucher, die im Internet Material der Extraklasse suchen. Inzwischen gibt es die jeweiligen drei Suchthemen in den Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch, Italienisch und Russisch.

Neuanmeldung:

Schicken Sie einfach Ihr Logo (.jpg/.gif/.png) in der Größe 110x110 px (oder größer) zusammen mit Ihrem Firmennamen, dem Link zu Ihrer Website sowie Ihre gewünschten drei Schwerpunktthemen an office@piag.de.

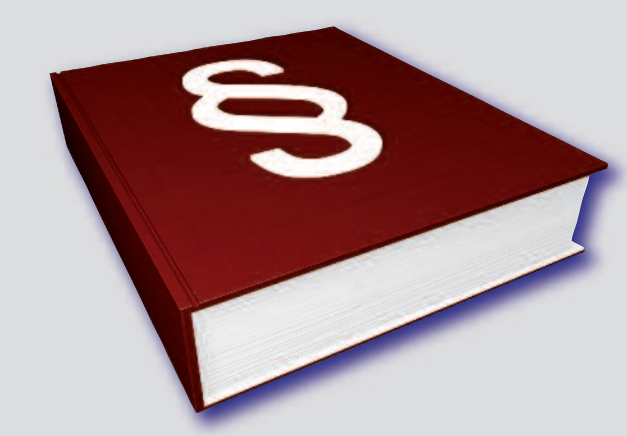
Dieser Service ist kostenlos, einschließlich der von uns durchgeführten Werbeaktivitäten.
Pro Jahr wird lediglich eine Verwaltungsgebühr von 50 Euro von den Bildanbietern erhoben.

Aktuelle Rechtsfragen aus unserer Branche

Unsere Themen:

Die Illustrationen auf den Recht-Seiten wurden uns von Fotolia zur Verfügung gestellt.

Urheberrechtliche Zulässigkeit der Bildersuche bei Google



Der u.a. für das Urheberrecht zuständige I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat erneut entschieden, dass Google nicht wegen Urheberrechtsverletzung in Anspruch genommen werden kann, wenn urheberrechtlich geschützte Werke in Vorschaubildern ihrer Suchmaschine wiedergegeben werden.

Die von Google betriebene Internetsuchmaschine verfügt über eine textgesteuerte Bildsuchfunktion, mit der man durch Eingabe von Suchbegriffen nach Abbildungen suchen kann, die Dritte im Zusammenhang mit dem Suchwort ins Internet eingestellt haben. Die von der Suchmaschine aufgefundenen Bilder werden in einer Ergebnisliste in verkleinerter Form als Vorschaubilder („thumbnails") gezeigt. Die Vorschaubilder enthalten einen elektronischen Verweis (Link), über den man zu der Internetseite mit der wiedergegebenen Abbildung gelangen kann.

Der Kläger ist Fotograf. Auf einer Suchanfrage wurden die Abbildungen eines vom Kläger angefertigten Lichtbildes der Fernsehmoderatorin Collien Fernandes als Vorschaubilder angezeigt. Als Fundort der Abbildungen wurden zwei näher bezeichnete Internetseiten angegeben.

Der Kläger hat vorgetragen, er habe den Betreibern dieser Internetseiten keine Nutzungsrechte an der Fotografie eingeräumt. Er hat die Beklagte wegen Urheberrechtsverletzung unter anderem auf Unterlassung in Anspruch genommen.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Das Berufungsgericht hat die Klage abgewiesen. Der Bundesgerichtshof hat die Revision des Klägers zurückgewiesen.

Der Bundesgerichtshof hat im vergangenen Jahr entschieden, dass ein Urheber, der eine Abbildung eines urheberrechtlich geschützten Werkes ins Internet einstellt, ohne technisch mögliche Vorkehrungen gegen ein Auffinden und Anzeigen dieser Abbildung durch Suchmaschinen zu treffen, durch schlüssiges Verhalten seine Einwilligung in eine Wiedergabe von Vorschaubildern der Abbildung erklärt und der darin liegende Eingriff in das Recht auf öffentliche Zugänglichmachung des Werkes (§ 19a UrhG) daher nicht rechtswidrig ist (BGH, Urteil vom 29. April 2010 – I ZR 69/08, BGHZ 185, 291 – Vorschaubilder I).

In der am 19.10.2011 verkündeten Entscheidung stellt der Bundesgerichtshof klar, dass eine solche, die Rechtswidrigkeit des Eingriffs ins Urheberrecht ausschließende Einwilligung auch dann vorliegt, wenn eine Abbildung eines Werkes von einem Dritten mit Zustimmung des Urhebers ohne Schutzvorkehrungen ins Internet eingestellt worden ist. Der Kläger hatte im Streitfall zwar geltend gemacht, er habe den Betreibern der Internetseiten, auf denen die Vorschaubilder der Fotografie eingestellt waren, keine Nutzungsrechte eingeräumt. Darauf kommt es nach Ansicht des Bundesgerichtshofs jedoch nicht an. Der Kläger hatte nämlich Dritten das Recht eingeräumt, das Lichtbild im Internet öffentlich zugänglich zu machen. Die von einem Dritten mit Zustimmung des Urhebers durch Einstellen von Abbildungen des Werkes ins Internet wirksam erklärte Einwilligung in die Anzeige in Vorschaubildern ist – so der Bundesgerichtshof – nicht auf die Anzeige von Abbildungen des Werkes



beschränkt, die mit Zustimmung des Urhebers ins Internet eingestellt worden sind. Es ist allgemein bekannt, dass Suchmaschinen, die das Internet in einem automatisierten Verfahren nach Bildern durchsuchen, nicht danach unterscheiden können, ob ein aufgefundenes Bild von einem Berechtigten oder einem Nichtberechtigten ins Internet eingestellt worden ist. Deshalb kann und darf der Betreiber einer Suchmaschine eine solche Einwilligung dahin verstehen, dass sie sich auch auf die Anzeige von solchen Abbildungen in Vorschaubildern erstreckt, die ohne Zustimmung des Urhebers ins Internet eingestellt worden sind. Dem Urheber ist es allerdings unbenommen, diejenigen wegen Urheberrechtsverletzung in Anspruch zu nehmen, die diese Abbildungen unberechtigt ins Internet gestellt haben.

Sieg im Rechtsstreit gegen Caroline von Monaco

Das Bundesverfassungsgericht entschied, dass Prinzessin Caroline von Monaco es dulden müsse, von der Bunten in einem Reisebericht über die Skiregion Arlberg und den Urlaubsort Zürs als „Dauergast“ erwähnt zu werden.
Die Bunte hatte vorm Bundesverfassungsgericht gegen eine zuvor stattgegebene Unterlassung geklagt. Die erste Kammer des Ersten Senats des Bundesverfassungsgerichts hat die angegriffenen Entscheidungen mit der Begründung, die zugunsten Burdas ausfällt, aufgehoben, dass die zuvor verantwortlichen Fachgerichte die „Bedeutung und Tragweite der Meinungsfreiheit verkannt“ hätten.
Das allgemeine Persönlichkeitsrecht biete im Bereich der Wortberichterstattung keinen so weitreichenden Schutz wie bei der Veröffentlichung von Bildern. Es schütze nicht schon davor, überhaupt in einem Bericht mit Namen benannt zu werden, sondern biete nur in spezifischen Hinsichten Schutz, wobei es vor allem auf den Inhalt der Berichterstattung ankomme. Im Fall von Caroline von Monaco sei keine Beeinträchtigung der Privat- oder Intimsphäre festzustellen.

Google+ löscht anstößigen Stinkefinger

Weil er auf seinem Profilfoto den „Stinkefinger“ zeigt, bekommt der TechCrunchKolumnist AG Siegler Ärger mit dem Social Network Google+. Das Bild wurde ohne Vorankündigung gelöscht.
Google verwies nur auf die „User Content and Conduct Policy“. In diesen steht, dass Profilfotos keine anstößigen Inhalte aufweisen dürfen. Der „Stinkefinger“ verstößt nach Googles Meinung gegen die Policy. Angeblich werden alle Profilbilder von Google kontrolliert. Siegler bezeichnet in einem Blog-Beitrag dieses Vorgehen von Google als “lächerlich prüde”. Und verweist darauf, dass Hand-Gesten in verschiedenen Kulturkreisen unterschiedliche Bedeutung haben können.
Das kleine Google+ Logo, welches an die Stelle des Stinkefingers gesetzt wurde, ist zwar nicht mehr anstößig, sondern nur ein bisschen lächerlich für Google.

Putin feuert kritische Journalisten

Wegen ihrer Kritik an Ministerpräsident Wladimir Putin anlässlich der Parlamentswahlen in Russland und dem damit einhergehenden mutmaßlichen Wahlbetrug sind der Redakteur der renommierten Wochenzeitung „Kommersant Wlast“, Maxim Kowalski, und der Leiter der Media-Holding „Kommersant“, Andrej Galijew, entlassen worden. Ihnen werden moralische Verfehlungen und Rabaukentum vorgeworfen. Die Zeitung hatte das Foto eines Stimmzettels veröffentlicht, auf den ein Wähler Schimpfworte gegen Regierungschef Wladimir Putin geschrieben hatte. Kowalski sagte, er habe gewusst, dass er damit den Ärger des Eigentümers der Holding, Alischer Usmanow, erregen werde, sich aber dennoch für die Veröffentlichung entschieden. „Wir dienen den Lesern, nicht den Chefs“, so Kowalski.
Für den russischen Journalistenverband ist dieses Vorgehen eindeutig Zensur.

Positives Urteil für freie Bildjournalisten

Das Landgericht Bochum entschied, dass weite Teile der Honorarbedingungen der WAZ NewMedia rechtswidrig seien. WAZ NewMedia betreibt in erster Linie den Fotopool für die WAZ Mediengruppe.
Das Gericht gab damit der Klage des Deutschen Journalisten-Verbands und der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union in ver.di in den wesentlichen Punkten statt.
Nach Ansicht des Gerichts verstoßen die derzeitigen Konditionen für Freie in allen wichtigen Teilen gegen das Urhebervertragsrecht.
Die Richter untersagten unter anderem die in den AGB enthaltenen Pauschalvergütungen, weil



sie die freien Bildjournalistinnen und -journalisten gegenüber Einzelhonoraren deutlich benachteiligen. Auch ist die so genannte Drittnutzungsklausel nicht zulässig. Gekippt wurde auch die Klausel, nach der alle Rechte beim WAZ Fotopool bleiben, wenn das Vertragsverhältnis mit dem freien Fotografen beendet ist.
Von besonderer Tragweite für die Freien sind die Aussagen des Gerichts zum Umfang der übertragenen Rechte. Sie sind zu weitreichend und daher „unangemessen benachteiligend". Damit folgte das Bochumer Landgericht der Rechtsprechung des Oberlandesgerichts Hamburg und entschied zu Gunsten der Freien. Eine endgültige Entscheidung zum zulässigen Umfang der Rechteklausel wird der Bundesgerichtshof 2012 treffen.
„Der Bochumer Richterspruch stärkt die Verhandlungsposition der freien Bildjournalisten gegenüber der WAZ NewMedia und auch gegenüber anderen Verlagen", sagte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken. „Hier wurde ein weiteres Mal von der Justiz deutlich gemacht, dass ein Medienunternehmen die Rechte der Freien akzeptieren muss", sagte der stellvertretende ver.di-Bundesvorsitzende Frank Werneke.

Rechte an Bildern

Der EU-Gerichtshof entschied auf Ersuchen des Wiener Handelsgerichts über die Klage einer Fotografin gegen Medien wie Spiegel, Süddeutsche Zeitung, Bild und der STANDARD. Schon zweimal hatten die Rechte an Bildern von Natascha Kampusch aus dem Kindergarten den Obersten Gerichtshof beschäftigt. Nun entschied das EU-Gericht und macht deutlich, dass Porträtfotografien urheberrechtlich genauso geschützt sind wie andere Werke. Aber die Luxemburger Richter schließen auch nicht aus, dass Medien durch die Fotoveröffentlichung etwa von gesuchten Personen zur öffentlichen Sicherheit beitragen können, ohne dass die Behörden dazu aufgerufen haben. Und: Wenn die Sicherheitsbehörden das Foto Natascha Kampuschs ohne seinen Urheber an die Medien gegeben haben, müssten diese den Urheber auch nicht angeben.
Medienanwältin Maria Windhager vertritt hier die Verlage. Sie erinnert, dass die Polizei die Fotos jahrelang als Fahndungsfotos verwendete und die Behörden auch nach dem Auftauchen von Natascha Kampusch noch nach Mittätern fahndeten.

Reklamierte Pressefreiheit in Ungarn

Der Deutsche Journalisten-Verband gab den Startschuss für eine Online-Petition für die Wiederherstellung der Pressefreiheit in Ungarn. Mit der Petition „SOS Ungarn" wird die ungarische Staatsregierung aufgefordert, „das Anfang 2011 eingeführte Mediengesetz zu überarbeiten und die Bestimmungen aufzuheben, die die Presse- und Meinungsfreiheit unzumutbar einschränken", wie es wörtlich

heißt. Der DJV fordert insbesondere, dass der Quellenschutz respektiert wird, dass das Prinzip der Gewaltenteilung gewahrt bleibt, dass demokratische Grundsätze eingehalten werden und dass eine Dominanz des umstrittenen Medienrates verhindert wird.

Bundesvorsitzender Michael Konken kritisierte in dem Zusammenhang die zögerliche Haltung der deutschen Bundesregierung und der EU-Kommission gegenüber der medienfeindlichen Politik in Ungarn: „Es gab nur Anfang dieses Jahres zaghafte Versuche der EU-Kommission, das ungarische Mediengesetz zu entschärfen. An der faktischen Abschaffung der Pressefreiheit hat sich dadurch nichts geändert."

Die Online-Petition „SOS Ungarn" ist auf der DJV-Homepage www.djv.de zu finden.

Retourkutsche mit richterlichem Segen

Der Wettermoderator Jörg Kachelmann war gegen einen Pressefotografen vorgegangen, der Paparazzi-Fotos von Kachelmann während eines Hofgangs bei der Untersuchungshaft veröffentlicht hatte. In einem jetzt veröffentlichten Urteil des Landgerichts Köln machten die Richter deutlich, dass die Aufnahmen Kachelmanns Recht am eigenen Bild verletzten, denn auch einer Person der Zeitgeschichte müsse ein privater Rückzugsraum zugestanden werden.

Kachelmann drehte später den Spieß um und fotografierte den Fotojournalisten, als dieser ihn in einem Auto auflauerte. Das auf diese Weise geschossene Bild veröffentlichte Kachelmann bei Twitter. Jetzt klagte der Journalist gegen Kachelmann. Die Klage wurde vom Gericht abgewiesen.

Als Begründung erläuterte das Gericht, dass Kachelmann mit der Veröffentlichung gezeigt habe, wie Bilder von Prominenten zustande kommen, was wiederum im Interesse der Öffentlichkeit liege. Der Fotograf sei außerdem nicht in seinem privaten Umfeld, sondern quasi bei der Arbeit fotografiert worden.



Foto: Kachelmann · Quelle: http://www.twitpic.com/4edxh2

Nach dem Urteil veröffentlichte Kachelmann erneut bei Twitter, diesmal mit richterlichem Segen, den Link auf das Foto des Journalisten „bei der Arbeit".

Knebelverträge des Lenny Kravitz Managements

In dem Dokument, das dem DJV vorliegt, muss nicht nur der Name des Mediums genannt werden, in dem die Konzertfotos erscheinen sollen. Die Fotografinnen und Fotografen müssen darüber hinaus alle weltweiten Rechte an ihren Bildern an das Management von Lenny Kravitz abtreten.

„Das ist ein Knebelvertrag, in den freie Bildjournalisten auf keinen Fall einwilligen dürfen", sagte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken. „Die Urheber und niemand sonst haben die Rechte an ihren Bildern. Wenn das Management des Künstlers Fotos für eigene Zwecke nutzen will, hat es dafür angemessene Honorare zu zahlen." Über weitere Veröffentlichungen hätten ausschließlich die Bildjournalisten zu entscheiden.

Der DJV-Vorsitzende forderte das Konzertmanagement von Kravitz auf, die Akkreditierungsbestimmungen in dieser Form sofort zurückzuziehen.



www.fotoerbe.de und ein neuer, wichtiger Verein!

Wie bereits in unseren täglichen News unter piag.de berichtet, wurde ein neuer Verein mit dem Namen „Netzwerk Fotoarchive e.V." in Berlin gegründet.
Vertreter fotografischer Vereine und Verbände in Deutschland sowie Experten im Bereich Fotokultur trafen sich zur Gründungsversammlung. Die Zukunft vieler fotografischer Archivbestände ist offen. In den kommenden Jahren werden immer mehr Fotografen oder deren Erben nach einem Ort für die Sicherung ihrer Bilder suchen. Es gibt heute schon zahlreiche öffentliche und private Institutionen und Initiativen, die bereits wesentliche Archive und Nachlässe bewahren und vermitteln.
Die sehr wichtige Aufgabe der Sicherung der Altbestände von Agenturen, Fotografen und Bildsammlungen will der neue Verein organisieren und pflegen. „Die VG-Bild-Kunst" hilft beim Start mit einem Stipendium. Neben Spenden sollen Beiträge von ordentlichen und fördernden Mitgliedern die Finanzierung in Zukunft sichern.
Schon 2006 wurde von Dr. Stefan Rohde-Enslin, der zu den Gründungsmitgliedern dieses Vereins gehört, unter dem Namen www.fotoerbe.de ein beachtliches Portal aufgebaut, in dem man bereits heute nach Archivbeständen und Nachlässen von Fotografen suchen kann.
In Kooperation mit dem neu gegründeten Verein bilden diese Daten die Basis für einen weiteren, umfangreicheren Ausbau. Dr. Rohde-Enslin ist für das Institut für Museumsforschung SMB-PK in Berlin tätig und hat uns den nachstehenden Beitrag über die Entwicklung von www.fotoerbe.de zur Verfügung gestellt.



Foto: Joachim Rissmann

Die zehn Gründungsmitgliedern von „Netzwerk Fotoarchive e.V." gehören (v. links /oben) Denis Brudna, Frank Frischmuth, Alexander Koch (BVPA), Norbert Waning (BFF), Jens Bove, Lutz Fischmann (FreeLens). Vordere Reihe sehen Sie Enno Kaufhold, Anna Gripp, Christiane Stahl (DGPh), Dr. Stefan Rohde-Enslin.

Wie fotoerbe.de entstand

von Dr. Rohde-Enslin

Der Gedanke, der Pate stand, als www.fotoerbe.de ins Leben gerufen wurde, war recht einfach: Historische Fotografien brauchen Fürsprecher! Sie müssen erhalten werden – und dieses Erhalten ist mit Arbeit, Forschung und Kosten verbunden. Damit diese Voraussetzungen erfüllt werden, müssen Geldgeber und Entscheidungsträger auf allen Ebenen, sei es in Stiftungen, in der Leitung von Museen oder Archiven oder auch in politischen Gremien, überzeugt werden. Ein einfaches verbales Bekenntnis zur Notwendigkeit des Bewahrens reicht nicht aus. Für diese Überzeugungsarbeit braucht es Argumente und eine Idee von der Größe der Aufgabe der Bewahrung des „Fotografischen Erbes" im nationalen Maßstab. Es war anfangs nichts weiter beabsichtigt als die Ermittlung der „großen Zahl". Wie viele historische Fotografien würde es zu erhalten gelten? Diese „große Zahl" liegt aktuell bei über 150.000.000! Gezählt wird auf einfache Weise: Sagt z.B. ein Archiv, es verfüge über eine Sammlung von 15.000 historischen Fotografien, dann erhöht sich die Gesamtzahl um diese „kleine Zahl".

Doch die „große Zahl" muss nachvollziehbar sein. Deshalb werden die entsprechenden Hintergrundinformationen gleichfalls zusammengetragen – um im Beispiel zu bleiben: Anschrift und Beschreibung des Archivs und Titel und Beschreibung der Fotosammlung. Auf diese Weise wurden bisher Angaben zu 2.926 einzelnen Fotosammlungen in 1.235 Einrichtungen gesammelt. Wenn in den Sammlungsbeschreibungen Namen von Fotografen genannt werden, dann werden diese in einen entsprechenden Katalog eingetragen. Es lässt sich also herausfinden, von welchem Fotografen Fotografien in welcher Sammlung welcher Einrichtung zu finden sind. Wer bestimmte Fotografien sucht, der kann so leicht Kontakt zur besitzenden Einrichtung aufnehmen und Weiteres erfahren.

fotoerbe.de ist damit so etwas wie ein Verzeichnis von Sammlungen historischer Fotografien in Deutschland geworden. Wichtig ist dabei die Betonung auf Sammlungen. Es geht – auch wenn das zunächst widersinnig klingt – gar nicht um Fotografien, sondern immer nur um Sammlungen, Archive, Bestände, Konvolute … Wollte man die erwähnten 150 Millionen Fotografien an einer einzigen Stelle verfügbar und recherchierbar machen, dann wären ganz andere Werkzeuge vonnöten. Verwaltet werden von fotoerbe.de stattdessen nur die Informationen zu Sammlungen. Aber auch das ist eine gewaltige Aufgabe, denn die Angaben sind ja nicht konstant, Sammlungen gehen von einer Einrichtung in eine andere über oder es finden sich widersprüchliche Angaben zu einer Sammlung in verschiedenen Quellen. Sammlungen wachsen …

Die Museumsverbände verschiedener Bundesländer und das Institut für Museumsforschung (SMB-PK) haben Umfragen zu Fotosammlungen an Museen verschickt um das Verzeichnis von fotoerbe.de anzureichern. Andere unterstützende Einrichtungen, wie z.B. das Bildarchiv FotoMarburg oder das Bildarchiv des Bundesarchivs, haben ihre Angaben geprüft und aktualisiert … dennoch wurde bisher im Wesentlichen unsystematisch zusammengetragen, was in Büchern, auf Webseiten oder an anderen Orten an Information zugänglich war. Ohne sagen zu können, wie groß die „große Zahl" am Ende sein wird, steht im Augenblick fest, dass die 150 Millionen nur ein Bruchteil der Aufgabe sind, denn viele Bestände sind noch gar nicht erfasst, insbesondere größere Privatsammlungen wie z.B. viele Fotografen-Nachlässe, die sich in Privatbesitz befinden. Da gilt es noch viele Sammlungen zu sammeln.

Mit dem neuen Verein gibt es erstmals die Möglichkeit, dass sich jemand der Aufgabe einer systematischen und gründlichen Erfassung der Sammlungen stellt. Also nicht nur Informationen zusammenträgt, die vorhanden und bekannt sind, sondern auch verstärkt an- und nachfragt. Die bisher vornehmlich ehrenamtliche Arbeit kann zum Nutzen aller professionalisiert werden.

Bei all dem gilt es natürlich einige Fragen zu klären und Vereinbarungen zu treffen: Es muss selbstverständlich weiterhin um alle Fotografien aller Arten gehen – seien sie eher dokumentarisch oder eher künstlerisch, es muss letztlich um fotografische Ob-

jekte (physische Einheiten) gehen und nicht um Motive, es muss davon ausgegangen werden, dass diese Objekte per se erhaltenswert sind, ob als Zeitzeugen, als historische Belege oder als Ausdruck künstlerischen Schaffenswillens – eine Beurteilung der Erhaltenswürdigkeit kann nicht stattfinden und sollte nicht versucht werden. Schließlich gilt es, das „Historische" an historischen Fotografien zu definieren. Im Augenblick werden nur Fotografien aus der Zeit vor 1980 erfasst, aber das lässt sich erweitern. Beim Klären solcher Fragen zeigt sich immer wieder, dass man nur weiterkommt, wenn man ein gewisses Maß an „Unschärfe" zulässt.

Wer weiß schon genau, ob sich 149.812 oder 150.199 historische Fotografien in seiner Sammlung befinden? Die Zahl 150.000 ist in einem solchen Falle vollkommen ausreichend. Wer weiß schon genau, wie viele von seinen ungefähr 150.000 Fotografien vor 1940 oder nach 1930 aufgenommen wurden? Kaum eine Institution hat die Tiefenschließung aller einzelnen historischen Fotografien so weit vorangetrieben, dass exakte Zahlen vorhanden wären. Dennoch, bei allem „circa, ungefähr, um und höchstens": Es macht Sinn, die entsprechenden Zahlen und Informationen zusammenzutragen. Wer Fotos eines bestimmten Fotografen sucht und deshalb ein Archiv besuchen möchte, dem nutzt der Hinweis viel, ob von diesem Fotografen keine, 50 oder 5000 Fotografien in dem Archiv zu finden sind. So kann er entscheiden, ob sich ein Besuch oder eine Kontaktaufnahme lohnen.

Wenn fotoerbe.de jetzt im beschriebenen Sinne professionalisiert wird, dann soll das zum Nutzen aller geschehen, die mit historischen Fotografien arbeiten, immer aber auch zum Nutzen der Fotografien selbst – das Ziel bleibt: Auf die Notwendigkeit der Erhaltung aufmerksam machen, die riesigen Dimensionen der Aufgabe verdeutlichen und darauf hinwirken, dass die notwendigen Mittel eingeplant und bereitgestellt werden.

Zur Information

Piag.de und VISUELL aktuell bieten nach wie vor allen Bildsuchern und Bildanbietern die umfassendste und modernste Informationsplattform der Bildbranche.

Piag.de publiziert an allen Arbeitstagen aktuelle Informationen für registrierte Empfänger.

Jeden Freitag gehen diese Meldungen per E-Mail an Tausende von deutschsprachigen Kunden.

VISUELL aktuell, das vierteljährliche Magazin, gibt es jetzt vor allem als Online-Ausgabe sowie als Print-Ausgabe.

Die als PDF versandten Daten kommen schneller zu den Empfängern und sind – dank der modernen Technologien – überall abrufbar.

Ein großer Vorzug dürfte sein, dass bereits jetzt Werbeanzeigen und bald auch die wichtigsten Informationen direkt verlinkt sind und die Zugriffszahlen zeigen auch welche Themen interessieren.

Dem Plagiator auf der Spur

Eine Meldung der letzten Tage ließ die Branche aufhorchen. Springer beteiligt sich an NewsRight, hieß es. Der Firmenname NewsRight, bis dato unbekannt, gibt Stoff für unterschiedlichste Interpretationen:

- Rechte an Nachrichten?
- Rechte an Texten?
- Software zum Aufspüren von Urheberrechtsverletzern?
- Tool, das Paid Content endgültig zum Durchbruch verhelfen soll?

Tatsächlich aber ist NewsRight ein Partnerschaftsunternehmen, das von Associated Press und weiteren 28 Nachrichten-Organisationen, darunter die deutsche Springer AG, am 5. Januar 2012 gegründet wurde.

Der Hauptsitz des Unternehmens ist New York, und CEO ist David Westin, ehemaliger Leiter von ABC News. NewsRight ist ein Online-Content-Tracking- und -Lizenzunternehmen, welches ursprüngliche Inhalte mit versteckten, codierten Daten verfolgt und damit Informationen darüber bekommt, wo Inhalte der angeschlossenen Medienunternehmen verwendet werden.

NewsRight geht auf das News Registry der Nachrichtenagentur Associated Press zurück. News Registry war zunächst als Werkzeug gedacht, um Textpiraten auf die Spur zu kommen – also Betreibern von Webseiten, die fremde Inhalte für ihre eigenen, kommerziellen Zwecke verwenden. CEO Davis Westin erklärt die Notwendigkeit der Gründung des neuen Unternehmens knapp, aber sehr treffend. Er sagt, das Geschäftsmodell des Online-Journalismus habe eine „Schwachstelle“. Diejenigen, die in Inhalte investierten, seien nicht diejenigen, die dafür einen Wert zurückbekämen: „Wir wollen dieses Ungleichgewicht korrigieren.“

Geschäftszweck ist die Lizensierung von Inhalten der beteiligten Medienunternehmen. Betreiber von Webseiten, die diese Inhalte bereits nutzen, sollen quasi von Piraten zu Geschäftspartnern gemacht werden.

Es soll der Versuch in Gang gesetzt werden, der News-Piraterie ein Ende zu setzen, oder sie zumindest einzudämmen und das Geschäftsmodell „Paid Content“ zu fördern.

Das Internet ist aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken, und mehr als die Hälfte aller Deutschen sind bereits online und nutzen das Netz zur Kommunikation. Finanzierten sich die Inhalte im Internet früher vorwiegend über die Online-Werbung, so ist es heute erforderlich, mithilfe von hochwertigen, jedoch für die Nutzer am besten kostenlosen Content-Seiten, möglichst viele von ihnen anzulocken, um für Werbetreibende überhaupt interessant zu sein.

Es genügt aber nicht, aus einer Seite, die ehemals kostenlos zur Verfügung stand, einfach nur eine kostenpflichtige zu machen. Der Erfolg einer kostenpflichtigen Seite steht und fällt mit den Faktoren:

Qualität, Nutzerfreundlichkeit, Exklusivität.

Es hat sich aber gezeigt, dass es sehr kostenintensiv ist (Redaktion, Technik, Marketing), Seiten mit eigenem hochwertigen Inhalt zu füllen. Der Griff in den Content des Mitbewerbers ist daher sehr verführerisch. Vor diesem Hintergrund werden die Gründung und die Notwendigkeit von NewsRight noch verständlicher.

Das Pendant zu den Nachrichtenaufspürdiensten sind die Bildersuchdienste, die es schon seit vielen Jahren gibt, wie TinEye, Digimarc, PhotoPatrol oder PicScout.

So einfach, wie es auf den ersten Blick scheinen mag, sind das Aufspüren und vor allem die Verfolgung von Urheberrechtsverletzungen aber nicht.

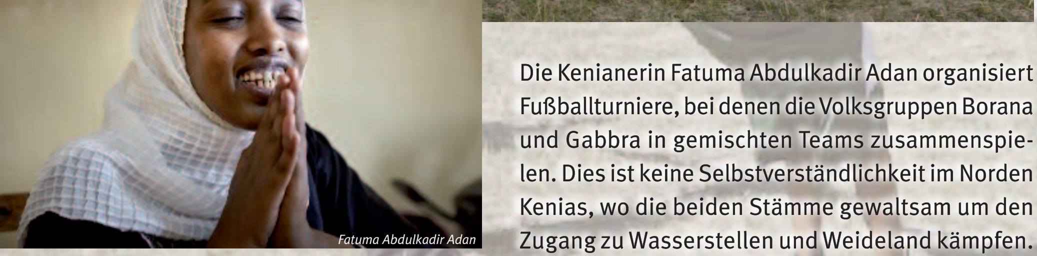
Während bei den „Image Trackern“ der Umfang der Suche sehr unterschiedlich sein kann und bei der Erteilung des Auftrages genau spezifiziert werden sollte, ist bei der Newspiraterie der Nachweis der Urheberrechtsverletzung (§49 UrhG) häufig sehr problematisch.

In beiden Fällen jedoch sollten vor Beauftragung eines Unternehmens immer sorgfältige Kosten/Nutzen-Analysen durchgeführt werden. *Dieter Franzen*

Frauenfußball in Kenia

Eine Fotoreportage mit Bildern von Frank Schultze von der Agentur „Zeitenspiegel“





Fatuma Abdulkadir Adan

Die Kenianerin Fatuma Abdulkadir Adan organisiert Fußballturniere, bei denen die Volksgruppen Borana und Gabbra in gemischten Teams zusammenspielen. Dies ist keine Selbstverständlichkeit im Norden Kenias, wo die beiden Stämme gewaltsam um den Zugang zu Wasserstellen und Weideland kämpfen.

Bis jetzt haben Frauen in der streng muslimisch geprägten Region nicht viel zu sagen.
In Marsabit, im tiefsten Norden Kenias, ist Fußball viel mehr als ein Spiel. Und die 32-jährige Fatuma Abdulkadir Adan ist mehr als eine Trainerin. Ihr Motto ist: „Shoot to score, not to kill“ – „schießen, um Tore zu erzielen, nicht um zu töten“. Deshalb bietet sie Fußballtrainings an und organisiert Turniere für Jugendliche der verfeindeten Stämme. Seit 2008 gibt es auch eine Mädchenmannschaft! Dass Mädchen Fußball spielen ist ein Tabu, und so gab es viele Widerstände und auch Drohungen.
Die Zwangsverheiratung der vier besten Spielerinnen war das vorläufige Ende der ersten Marsabiter Mädchenmannschaft.





Die komplette Bildreportage mit weiteren Fotos finden Sie im Internet auch unter www.piag.de unter „Bildreportagen“. Alle Bildrechte liegen bei der Agentur „zeitenspiegel.de“.

Fotoreise zur „Großen Migration“ in Kenia

In Zusammenarbeit mit der Hilfsorganisation Shangilia Deutschland e.V. und den Partnern Challenger Adventures und TroPhoto Schumpe führt die Tamron Academy eine Fotoreise zur Großen Migration nach Kenia durch. Diese exklusive Reise führt zu ganz besonderen Orten und Erlebnissen, die man sicherlich ein Leben lang nicht vergessen wird. Die Fotoreise findet vom 16. bis 29. Juli 2012 statt. Der Preis beträgt ca. 3.250,– € pro Person bei 8 – max. 12 Teilnehmern.

Zürcher Journalistenpreis

Als einer der begehrtesten Auszeichnungen für Medienschaffende im Printbereich gilt der Zürcher Journalistenpreis. Der Preis wird im Frühling 2012 bereits zum 32. Mal verliehen.
Der Nachwuchs-Preis dient der im Stiftungszweck festgeschriebenen Förderung der Arbeit junger Medienschaffender.
Jeder dieser Preise ist mit 10.000 Franken dotiert. Die Aufteilung in einen Zeitungs- und einen Zeitschriften-Preis erlaubt, den unterschiedlichen journalistischen Bedingungen in zeitlicher und quantitativer Hinsicht Rechnung zu tragen.

„A propos … Sarah Moon“

Die Persiehl & Heine Galerie in Hamburg zeigt noch bis 15. Februar das Werk der 70-jährigen Fotografin Sarah Moon. Sie ist eine der weltweit bedeutendsten Modefotografinnen unserer Zeit, deren Arbeiten in Zeitschriften wie „Elle“, „Vogue“ und „Marie Claire“ erschienen sind. Sie war die erste Frau, die Models für den Pirelli-Kalender ablichtete. Wenn Sarah Moon fotografiert, will sie „die Seele des Moments festhalten“. Ihre poetische, oftmals traumartig anmutende Bildsprache überträgt sich ebenso auf Motive außerhalb der Modewelt sowie, seit den Neunzigern, auf ihr filmisches Schaffen.

Ausschreibung – Axel-Springer-Preis

Die Ausschreibung für den Axel-Springer-Preis 2012 ist beendet. Der Axel-Springer-Preis wendet sich an junge Journalistinnen und Journalisten, die von der großen Karriere träumen. Junge Journalisten, die mit Begeisterung ihren Beruf ausüben, Exklusiv-Stories nachjagen, die sie recherchieren, sie formen, ihnen ihren eigenen Stil geben. Journalisten die für ihren Beruf leben, sind die Zielgruppe dieses Wettbewerbs.
Der **21. AXEL-SPRINGER-PREIS FÜR JUNGE JOURNALISTEN** wird in den Kategorien vergeben:
- Print
- Fernsehen
- Hörfunk
- Internet

Es sind insgesamt 54.000 Euro Preisgeld ausgelobt.

Jean-Paul Goude – Retrospektive

Das Pariser Museé des Art Decoratifs präsentiert noch bis 18. März in der Ausstellung „Goudemalion, sein Leben, sein Werk“ Zeichnungen, fotografierte und gefilmte Bilder des französischen Grafik-Designers, Illustrators, Fotografen und Werbefilmregisseurs Jean-Paul Goude. Die als große Installation konzipierte Ausstellung zeigt die Gesamtheit seines mehr als 40-jährigen Parcours – den typischen Goude-Stil.

„Gaia“ – Bilder aus dem All

Guy Laliberté, Gründer des Cirque de Soleil, hat einen Band herausgebracht, der mit phantastischen Aufnahmen besticht. Seine aus einer Höhe von 350 km fotografierten Aufnahmen zeigen die Welt von oben. Im Jahr 2009 flog er elf Tage lang an Bord einer russischen Sojus-Rakete auf dem Weg zur International Space Station durch das All und kehrte mit

Tausenden von Fotografien zurück. 102 davon hat er im Bildband „Gaia" veröffentlicht.
Der Band mit 300 Seiten ist im Assouline-Verlag erschienen. ISBN 978-2-7594-0534-3. Preis: ca. 48,00 Euro.

Vollmond über den Klippen

Das in Konstanz beheimatete Unternehmen Highlight Tours bietet auch in diesem Jahr interessante zwei- bis siebentägige Fotoworkshops und Fotoreisen an. Ein besonderes Schmankerl ist die Fotoreise „Vollmond über den Klippen", die nach Santa Caterina auf Sardinien führt. Mit bizarren Steinformationen, spektakulären Felsbögen und weißen Quarzsandstränden ist die Westküste Sardiniens schon am Tage ein Paradies für den anspruchsvollen Naturfotografen. Als besondere fotografische Herausforderung wurde der Termin für diese Fotoreise darüber hinaus so gewählt, dass der Vollmond in die Kurszeit fällt. So können auch Szenen im Mondlicht über den Klippen bearbeitet werden. Lichtverhältnisse wie diese gibt es nur einmal im Jahr. Die Teilnehmer haben damit die Möglichkeit, im wahrsten Sinne des Wortes einmalige Traumfotos zu realisieren. Reisedauer ist von 3. bis 9. Juni 2012.

Teens 08. Bilder einer Ausstellung

Unter dem Titel „Teens 08 . Bilder einer Ausstellung" findet vom 30. Januar bis 3. Februar 2012 bei C/O Berlin, International Forum for Visual Dialogues, ein Workshop für Jugendliche zwischen 14 und 17 Jahren statt.
Sind Filme nicht einfach nur bewegte Fotografien? Oder Fotografien eingefrorene Filmsequenzen? In der Tat haben beide Medien viel gemeinsam und beziehen sich seit ihrer Existenz ständig aufeinander. Einstellungsgrößen, Blickwinkel, Perspektiven, Ausleuchtung, Farbigkeit und Gesamtästhetik – bei der Visualisierung einer Filmidee kommen oft Fotografien zum Einsatz.

Wildlife Photographer of the Year 2012 – Countdown läuft

Der von Veolia Environment, dem BBC Wildlife Magazine und dem Natural History Museum in London ausgeschriebene Wettbewerb ist der größte Naturfotowettbewerb der Welt. Nochmals der Hinweis, dass man sich um den begehrten Titel „Wildlife Photographer of the Year 2012", mit dem man sich zur Elite der Naturfotografen zählen darf, nur noch bis zum 23. Februar 2012 bewerben kann.
Der Gesamtsieger erhält 10.000 Britische Pfund.

Louisiana Museum of Modern Art – Andreas Gursky

Das Louisiana Museum of Modern Art im dänischen Humlebæk eröffnet das Ausstellungsjahr 2012 mit der Präsentation von 40 großformatigen Fotografien des weltbekannten deutschen Fotografen Andreas Gursky. Gursky ist dafür bekannt, die Welt und die Dinge von oben zu betrachten, aus Helikoptern oder von Türmen herab zu fotografieren und danach die Aufnahmen digital zu bearbeiten und so die Wirklichkeit neu zu interpretieren.
Zu sehen sind auch seine neuesten Ocean-Bilder, die er nicht selbst fotografiert hat, sondern als Satellitenaufnahmen gekauft, als Vorlage benutzt und am Computer bearbeitet hat.

Fotoakademie Niederrhein 2012

Die Fotoakademie Niederrhein (Dirk Böttger) bietet im ersten Semester 2012 mehr als 20 praxisorientierte Veranstaltungen an, darunter einen in Kooperation mit der Canon Academy durchgeführten Fotoworkshop ‚Rivalen der Rennbahn – Sport und Reportagefotografie auf der Krefelder Galopprennbahn' sowie eine mehrtägige Fotoreise ins belgische Brügge.

Monroe-Fotografin Eve Arnold ist tot



Im hohen Alter von 99 Jahren und wenige Monate vor ihrem 100. Geburtstag ist Eve Arnold, amerikanische Fotografin und die erste Frau, die in die berühmte Agentur Magnum aufgenommen wurde, in einem Londoner Pflegeheim verstorben. Bekannt wurde sie durch ihre Aufnahmen internationaler Stars, vor allem von Marilyn Monroe. Auch Marlene Dietrich, Joan Crawford und Isabella Rossellini ließen sich von ihr porträtieren ebenso wie der 1965 ermordete Malcolm X, Ikone der amerikanischen Bürgerrechtsbewegung. Nicht nur hat Eve Arnold deren Vertrauen gewonnen, sondern auch das der amerikanischen Präsidenten, für die sie in den letzten vier Jahrzehnten als offizielle Fotografin fungierte.

Geboren wurde Eve Arnold 1912 als Tochter eines Rabbis im amerikanischen Philadelphia; 1948 zog sie mit ihrem Mann nach Großbritannien und blieb dort bis zum Ende ihres Lebens. Eve Arnold hinterlässt mehr als eine dreiviertel Million Fotos.

Kameradieben auf der Spur

Der Webservice StolenCameraFinder.com soll von Diebstahl betroffenen Kamera-Fans helfen, ihre Kamera wiederzufinden. Der „Guardian" berichtet, dass Experten das Netz nach individuellen Kameradaten durchsuchen, die bei Fotos mit abgespeichert werden, um damit im Idealfall Dieben auf die Schliche zu kommen. Man kann den digitalen Fingerabdruck der Fotos zwar löschen, aber der Vorgang ist aufwendig und kompliziert.

StolenCameraFinder.com-Gründer Matt Burns hatte die Website 2009 online gestellt, nachdem ihm selbst zwei Kameras gestohlen worden waren. Seit 2010 fügt er der Datenbank ständig neue Seriennummern von Online-Bildern hinzu, um die Erfolgschancen einer Suche zu erhöhen. Aber nicht alle Fotoapparate speichern die individuellen Daten ab. Im Fokus stehen vor allem neue und teure Geräte, bei denen die Speicherung allerdings standardmäßig erfolgt.

Kein Makel am großen Führer

Das gilt sogar für die Fotos, die im Rahmen der pompösen Trauerfeierlichkeiten nach dem Tod des verstorbenen Diktators Kim Jong Il im Dezember in Pjöngjang gemacht wurden. Es kursieren zwei Aufnahmen, die fast zur gleichen Zeit von fast dem gleichen Standort gemacht wurden. Eines davon, ein mehrfach manipuliertes Bild, wurde von der amtlichen nordkoreanischen Nachrichtenagentur KCNA verbreitet und das andere wurde von der der japanischen Agentur Kyodo gemacht. Während die Nachrichtenagentur KCNA die Bilder an internationale Bildagenturen verkaufte, belieferte der Kyodo-Fotograf seine Vertragspartner.

Durch den direkten Vergleich der beiden Fotos kam der Schwindel heraus und es wurde festgestellt, dass an dem KCNA Bild massiv manipuliert worden war.

Nichts sollte die makellose Symmetrie der trauernden Massen stören, daher wurde eine Gruppe von sechs Menschen eines Teams mit Kamera einfach wegretuschiert. Kein dunkles Fleckchen störte nach der Bearbeitung den Betrachter an einer großen weißen Schneefläche und störende Spuren im Schnee wurden bei der Gelegenheit ebenfalls kurzerhand entfernt.

Der Trauerzug für den Diktator war für die internationale Presse nicht zugänglich. Es wurden kaum ausländische Reporter zugelassen. Daher musste die internationale Presse auf das amtlich angebotene Bildmaterial zurückgreifen.

Die großen Nachrichtenagenturen haben sich dazu verpflichtet, die vom Fotografen vorgefundene Realität nicht zu verfälschen, daher haben auch mehrere Bildagenturen, die das Foto von KCNA weiterverbreitet hatten, das manipulierte Bild zurückgezogen. In der Geschichte gibt es zahlreiche Beispiele für manipulierte Fotos. Unter Stalin ließ man zum Beispiel missliebig gewordene Personen einfach aus Bildern verschwinden.

Mathias Braschler und Monika Fischer: China

Unterwegs in China: So groß wie das Land ist, so gewaltig sind auch die sozialen Unterschiede. Die Schweizer Fotografen Monika Fischer (*1971) und Mathias Braschler (*1969) nahmen sich vor, auf ihrer 30 000 Kilometer langen Fahrt durch China jeden Tag ein Porträt aufzunehmen. Wen sie treffen würden, wussten sie zuvor meist nicht, und so entstand entlang ihres Wegs ein verblüffendes Kaleidoskop, das die Vielfalt der Bevölkerung quer durch sämtliche Bevölkerungsschichten und Altersgruppen vor Augen führt.
Der Band „China“ mit ca. 180 Seiten und über 70 farbigen Abbildungen erscheint im März 2012 im Hatje Cantz Verlag und kostet 39,80 Euro.
ISBN: 978-3-7757-3336-6.
Weitere Informationen auch bei Amazon.de.

Bruno Bisang „Polaworld“

Das Atelier Jungwirth in Graz präsentiert ab 7. Februar 2012 eine Ausstellung, die in Österreich noch nie zu sehen war: die Polaroids des Schweizer Fotografen Bruno Bisang.
Der weit über die Schweizer Grenzen hinaus bekannte Modefotograf arbeitet für Magazine wie Vogue, Cosmopolitan, Madame, GQ, Max oder Men’s

Ines DeLa Fres Sange, Paris 1982 *atelierjungwirth.com/Bruno Bisang*



Health und für große Modemarken wie Chanel, Wolford, Guerlain oder Cartier. Bisang schafft Bilder, die die weibliche Schönheit in perfekter Inszenierung zeigen, die sensibel und zuweilen auch sehr freizügig sind – u. a. von Carla Bruni, Claudia Schiffer und Monica Belucci.
Alle ausgestellten Bilder sind im Rahmen der Ausstellung vom 7. 2. bis zum 6.5.2012 als Original-Polaroid und in drei verschiedenen Formaten käuflich zu erwerben.

Media Guide 2012

Der publisuisse Media Guide 2012 wurde veröffentlicht. Er bietet eine Gesamtübersicht aller relevanten Werbemedien der Schweiz. Übersichtlich gegliedert in einem kompakten Taschenformat, vermittelt er wertneutral die wichtigsten Fakten zu den einzelnen Medien.
Mit einer Vielzahl an Daten und Informationen zum Werbemarkt, zur Planung und Durchführung von Werbekampagnen sowie einem Intermediavergleich ist der Media Guide ein nützliches Arbeitsinstrument zur Erstellung von Mediastrategien für die unterschiedlichsten Bedürfnisse. Der Media Guide ist in deutscher, französischer und italienischer Sprache erhältlich.

Fotografentag 2012

Am 4. Februar 2012 findet in der Fachhochschule Hannover – Fachbereich Design und Medien – der 8. Fotografentag statt, der in diesem Jahr unter dem Motto „Geht’s noch?“ steht. Die Veranstaltung beginnt um 10.00 Uhr. Ab 9.00 Uhr können die Seminarteilnehmer ihre Arbeiten präsentieren und bis zu drei Fotos am Bauzaun aufhängen. Danach beginnt das Programm mit den Themenschwerpunkten AGB für Fotografen, Finanzierung von fotografischen Themen sowie Selbstorganisation von Fotografen am Stuttgarter Beispiel „Gegenlicht 21“.
Die Teilnahme an der Veranstaltung ist kostenlos.

Schneller Lieferweg

Fotojournalisten sind Straßenkämpfer, Videojournalisten auch. Denn nur, wer vor Ort ist, ist nah genug dran und kann gute Geschichten mit Bildern erzählen. Und mit Netbook, iPad oder Smartphone lassen sich Fotos und Videos schnell und fast von jedem Ort aus auf den Server des Kunden oder Auftraggebers beamen.

Nur bedingt zu empfehlen ist dabei der Versand per Electronic Mail. Denn hier halten die meisten Mailanbieter und Firewalls in den Redaktionen und Unternehmen so enge Obergrenzen für den Dateiversand bereit, dass allenfalls ein bis zwei Bilder pro Mail verschickt werden können.

Erheblich effizienter ist der Bilderversand via File Transfer Protocol (FTP). Zwei Voraussetzungen sollten dafür allerdings erfüllt sein. Ein FTP-Programm auf dem Netbook des Fotojournalisten bzw. die entsprechende App auf seinem Smartphone und ein Benutzerkonto auf dem Server des Auftraggebers.

Doch gerade diese beiden Voraussetzungen führen in der Praxis immer wieder zu Problemen. Wenn einmal wirklich Not am Mann oder an der Frau sein sollte, kann das File Transfer Protokoll auch mit dem Internet-Browser genutzt werden. Statt des „http://“ beim Surfen im Web, mit dem das Hypertext Transport Protocol aufgerufen wird, muss dann allerdings mit „ftp://“ eben das File Transfer Protocol aufgerufen werden – gefolgt vom Namen des Servers und dem Ordner, unter dem die Bilder abgelegt werden sollen.

Das führt auch schon zum zweiten Problem. Nicht jeder Auftraggeber will oder kann einen FTP-Server bereitstellen bzw. ein Benutzerkonto für den Bildkünstler auf dem Unternehmensserver einrichten. Die meisten Mailanbieter bieten hierfür zusätzlichen Speicherplatz an, der mit dem File Transfer Protocol verwaltet werden kann. Und es gibt mit Anbietern wie Dropbox auch sogenannte „Cloud-Dienstleister“, die ihre Server teilweise sogar kostenlos zur Verfügung stellen. Eine Mail mit dem entsprechenden Link zu den Bildern an den Kunden reicht dann aus, und er kann sie sofort ansehen, herunterladen und weiter verarbeiten.

Zugreifen auf diese „Cloud-Services“ kann der Fotojournalist oder VJ ganz oft über ein öffentliches Funknetz. In Bahnhöfen, Flughäfen, Hotels und Cafés stehen die meist zur Verfügung. Auf jeden Fall empfiehlt sich die Nutzung einer Datenfunkkarte. Denn nicht immer ist sofort ein Hotspot mit öffentlichem WLAN verfügbar. Die UMTS-Funkabdeckung ist in den Städten hervorragend. Allerdings benötigt mit 384 Kilobit pro Sekunde eine ganze Bildergalerie dann doch schon etwas Zeit.

Noch zeitaufwändiger wird es auf dem flachen Lande, wenn die UMTS-Anbindung nicht verfügbar ist und auf das GPRS-Netz zurückgegriffen werden muss. Aber auch hier gilt der Grundsatz: Hauptsache sofort vor Ort geliefert.

Peter Welchering



nudealbum 01

erschien als international ausgerichteter Bildband vom Kunst- und Fachbuchverlag seltman + söhne.

Der Verlag brachte in den letzten Jahren ein Dutzend Bildbände auf den Markt, die von Jahr zu Jahr immer bessere Motive vorstellten. Dabei ging es unter anderem um Mode, Reportage, Autos, People usw.

Fotos sprechen immer für sich, und jeder Betrachter entscheidet selbst, inwieweit ihn ein Motiv anspricht oder nicht. Die nachstehend gezeigten Bilder wurden dem erwähnten neuen im Großformat erschienenen Bildband entnommen. Es sind dies Fotos von 52 deutschen und internationalen Fotografen mit aufregenden und spannenden Ansichten zum Thema Nude und Akt.

Wir würden uns freuen, wenn Sie uns sagen, wie Sie diese Bilder beurteilen.

seltman + söhne,
nudealbum 01,
Preis 49 Euro,
ISBN 978-3-942831-04-8

Foto: Christian Deutscher





*Foto:
Darius Ramazani*





Foto:
Thomas Kettner





Foto:
Kerstin Zupan

Ghana: Unser Müll in Afrika

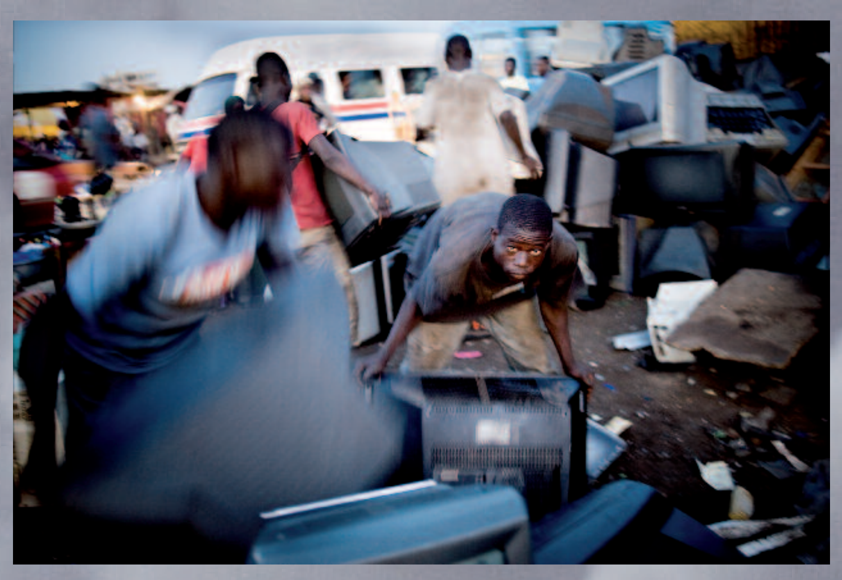


Wir stellen Kai Löffelbein vor:

Der diesjährige Preisträger des UNICEF-Photo des Jahres 2011 ist der Deutsche Kai Löffelbein. Mit 30 Jahren ist er ein sehr junger Fotojournalist. Nachdem er in Berlin einige Semester Politikwissenschaft studierte, begann er 2008 mit dem Studium „Fotojournalismus und Dokumentarfotografie“ an der Hochschule Hannover. Seit 2007 arbeitete er daneben als freier Fotograf für verschiedene Auftraggeber.

Löffelbein reiste in den vergangenen Jahren durch verschiedene Länder in Südamerika, Asien, Afrika und Osteuropa. Die Fotografie verschaffte ihm dabei Einblicke in andere Lebenswelten. Das genaue Hinsehen des Fotografen schärfte seinen Blick für soziale Missstände. Und die Begegnungen mit Menschen, die täglich um ihr Überleben kämpfen, weckten in ihm das Bedürfnis, mit Hilfe seiner Fotos Einfluss zu nehmen. Seine Bilder, so das Credo seiner Fotografie, sollen die Auswirkungen gesellschaftspolitischer und wirtschaftlicher Entscheidungen auf den Menschen zeigen.

Als Fotograf fühlt er sich der „Concered Photography“, der Anteilnehmenden Fotografie verpflichtet. „Meine Bilder sollen für jene Partei ergreifen, die in der Öffentlichkeit sonst kaum eine Stimme haben. Aber ich möchte das Auge des Betrachters nicht nur auf unterschiedliche soziale Probleme lenken, sondern ihm auch unsere Mitverantwortung in einer globalisierten Welt nahe bringen, ihn involvieren“, meint er.







Fotografien von ihm wurden bereits in Brüssel, London, Moskau sowie in verschiedenen Orten Deutschlands ausgestellt und mehrfach ausgezeichnet. Kai Löffelbein lebt mit seiner Lebensgefährtin und zwei Töchtern in Hannover.
Im Jahre 2011 hatten 119 von internationalen Experten nominierte Fotografen aus 32 Ländern insgesamt 1.228 Bilder zum UNICEF Fotowettbewerb eingereicht. Löffelbein ist der zwölfte Preisträger des seit dem Jahre 2000 international ausgeschriebenen Wettbewerbs.
Verbunden mit dem eigentlichen Preis ist gleichzeitig die Ausführung eines Fotoreportageauftrags der Zeitschrift GEO.



Kaiser Franz Joseph I. von Österreich

Österreichs größte Bild-dokumentation

von Kathrin Bartel

Die Nationalbibliothek betreibt einen umfangreichen digitalen Webshop.

Ungebrochen ist ihr Mythos ewiger Schönheit: Kaiserin Elisabeth von Österreich inszenierte sich schon zu Lebzeiten als Ikone ewiger Jugend. So ließ die echte Sisi nach ihrem 31. Geburtstag keine Fotografien mehr von sich anfertigen. Entstandene Aufnahmen der berühmten Wiener Ateliers Ludwig Angerer, Emil Rabending oder des Münchners Josef Albert sind heute in der digitalen Sammlung der Österreichischen Nationalbibliothek zu sehen.

Die Portraits der jungen Kaiserin sind nur einer von vielen Schätzen, die im prallgefüllten Bildarchiv der renommierten Bibliothek zu heben sind. Mit rund zwei Millionen Objekten unterschiedlichster Mediengattungen ist die Sammlung aus Bildarchiv und Grafiksammlung die größte Bilddokumentationsstelle Österreichs. Etwa eine Million fotografische Negative aus den historischen Archiven des Bildarchivs, neu erworbene Nachlässe bedeutender österreichischer Fotografen und Grafiker sowie ca. 100.000 Plakate sind dort archiviert. Dank digitaler Bilddatenbank und elektronischem Bildservice sind die verschiedenen Sammlungen zu weiten Teilen auch ohne eine Reise zur Wiener Hofburg einsehbar und in jedem Fall recherchierbar. Zur Unterstützung bei der Suche kann auch ein Recherchedienst gegen Gebühr in Anspruch genommen werden.

Nordstern-Haus





Elisabeth, Kaiserin von Österreich

Service:
Das Bildarchiv und die Grafiksammlung der Österreichischen Nationalbibliotek sind im Internet unter www.onb.ac.at/sammlungen/bildarchiv.htm zu finden. Kontakt kann über Telefon (+43 1) 534 10-337 oder per Mail an bildarchiv@onb.ac.at aufgenommen werden.

Zu den bedeutendsten Beständen zählen laut eigenen Angaben die Fotonachlässe der Fotografin Madame d'Ora (90.000 Aufnahmen zwischen 1907 und 1927) und der Wiener Fotografin Lucca Chmel (Architekturaufnahmen, österreichische Nachkriegsmoderne), das Archiv des Bildjournalisten Harry Weber und die frühesten Farbplatten des Kunstfotografen Heinrich Kühn (Autochrome, frühes 20. Jh.). Im Plakatbereich sind die Sammlungen Gregor (Filmplakate) und Buschbeck (Jugendstil) besonders hervorzuheben.

Die Bibliothek hat die Vermarktung der Bestände professionell ausgebaut und verkauft Nutzungsrechte über die Vertriebspartner APA Picture Desk, das Kunst-, Kultur- und Geschichtsarchiv Imagno und die Agentur Anzenberger sowie über einen eigenen Webshop. Bildarchiv Austria heißt die hauseigene Bildplattform und ist unter www.bildarchivaustria.at zu finden. Rund 120.000 historische Porträts und mehr als 100.000 historische Fotografien aus den Beständen der Österreichischen Nationalbibliothek, des historischen Archivs des ORF, des Vereins für die Geschichte der Arbeiterbewegung und des Archivs der Österreichischen Gesellschaft für Zeitgeschichte der Universität Wien stehen online für die wissenschaftliche Recherche, für kommerzielle und redaktionelle Verwertung zur Verfügung. Die Höhe der Honorare richtet sich nach der Art der Verwendung und wird sofort angezeigt. Die Preise orientieren sich im kommerziellen Bereich an den Richtlinien für Berufsfotografen, im redaktionellen und wissenschaftlichen Bereich an den Museen und Bibliotheken Österreichs und Deutschlands.

Einen Einblick in die Vielschichtigkeit des einmaligen Bildererbes bieten redaktionell aufbereitete digitale Sammlungen zu verschiedenen Themen. In der Sektion Zeitgeschichte findet sich beispielsweise Gottlieb Daimlers erster Motorwagen aus dem Jahre 1886 und unter der Rubrik Kurioses ist das Bild eines Schweins mit über 500 Kilogramm Lebendgewicht um 1950 zu bestaunen. Eine große Sammlung zeigt fotografische Kostbarkeiten und wertvolle historische Bildquellen aus den österreichischen Bundesländern: Aufnahmen und Dokumente aus dem Alltag, historische Landschafts- und Städteaufnahmen, Darstellungen des Arbeitslebens, Technik, Kultur, Sport und historische Ereignisse von den Anfängen der Fotografie bis in die Gegenwart.

Alma Mahler



Fotos, die sich gut verkaufen

Die Frage „Was wird an Bildern gesucht?“ wird immer wieder gestellt, und hierzu gibt es eine eindeutige Antwort.
Grundsätzlich werden neue Fotos mit neuen Ideen gesucht, die anders sind als die Motive, die auf dem Markt sind. Diese Bilder sollten aus einer ungewöhnlichen oder besonderen Perspektive fotografiert und gleichzeitig technisch perfekt sein. Dies trifft praktisch auf alle Themenbereiche zu, und dem ist eigentlich nichts weiter hinzuzufügen.
Fotoagenturen und Archive bieten Bildmaterial heute besonders erfolgreich in den Themenbereichen „Medizin & Gesundheit“, „historisches Fotomaterial“, „Wissenschaft & Technik“, aber auch u.a. aus dem Bereich „Kunst & Museen“ an. Dies sind neben ständig aktuellen Bildangeboten des öffentlichen Lebens, Persönlichkeiten, Sport etc. immer gefragte Themen.
Sehr große Agenturen und Bildanbieter mit Millionenbeständen an Bildmaterial dominieren den Markt. Reisethemen, Landschaften und Kinderfotos sind weniger gefragt. Newcomern wird empfohlen, realistisch vorzugehen und nicht gleich den Versuch zu unternehmen, eine Agentur im Internet zu gründen.
Ein Verzeichnis von mehreren hundert Fotoagenturen findet man – zur Auswahl von möglichen Partnern und zur Kontaktaufnahme – unter www.piag.de.

Anzeigenkunde frägt:

Können Sie die Anzeige von uns direkt zu unserer Homepage verlinken?

PIAG: Alle Anzeigen, die wir im digitalen Heft veröffentlichen, sind verlinkt. Dies war ein Argument, das bei der Umstellung auf die neue Vertriebsform geplant war.

Mein Wunsch

Mich interessiert in Visuell alles über neue Agenturen, Events und Messen, Honorare, Preise und Zukunftsfragen unserer Branche.
Mit den Microstock-Agenturen ging ein Signal auf den Bildmarkt, dass Bilder für einen Euro zu erhalten sind, was die Preise drückt. Sicherlich sind die Preise höher, aber für mich ging dieses Signal von diesem Trend aus. Aus den Bylines in verschiedenen Zeitschriften sehe ich, dass Verlage dieses „Instrument“ Microstock auch gerne annehmen.
Maik Wagner, maikwagner@yahoo.com

„Aus Versehen wurde das Foto nicht honoriert

– und auch kein Beleg verschickt. Dieses Versäumnis bitten wir zu entschuldigen. Die Buchhaltung wird Ihnen das Honorar anweisen.“ So viel aus dem Brief einer großen Tageszeitung.
Hierzu schreibt der Briefempfänger:
„Die digitale Welt hat schon seit längerem die gesamte Fotobranche erfasst, mit allen Vor- und Nachteilen. Alle Fotografen und Bildagenturen, die ihre Bilder online über Portale in HiRes-Dateien anbieten, machen das im Vertrauen darauf, dass jede Nutzung auch von Kunden gemeldet und bei Verwendung auch abgerechnet wird.
Es hat sich eingebürgert, dass die Verlage heute keine Layoutdaten mehr herunterladen, sondern ausschließlich druckfähiges Material. Wir bekommen dann zwar automatisch einen Download-Bericht, doch leider impliziert dieser nicht automatisch eine Nutzung. Wir bekommen aber auch vom Kunden nicht mitgeteilt, dass nichts genutzt worden ist. Wenn man dann aber hin und wieder mal nachfragt, dann sind die meisten Redaktionen genervt, dass man sie mit solchen ‚Lappalien‘ belästigt – man hätte eh schon genug zu tun und außerdem würde bei ihnen alles korrekt zugehen, man solle sich mal keine Sorgen machen. Wenn man danach sein Foto plötzlich veröffentlicht sieht und nach zwei Monaten

noch keine Abrechnung kommt, was dann? Innerhalb eines halben Jahres ist dies drei Mal passiert und das alles bei großen Verlagen. Ich unterstelle nicht, dass dies Absicht ist. Beim ‚Spiegel', der ‚FAZ' oder der ‚Bild'-Zeitung ist es vorgekommen, dass ich eine Veröffentlichung anmahnen musste. ‚Ist uns noch nie passiert, bitte vielmals um Entschuldigung' oder so ähnlich war die jeweilige Reaktion.
Vielleicht kann dieses Thema ja mal aufgegriffen und nach einer Lösung gesucht werden – denn ich bin bestimmt nicht der einzig Betroffene."
Blume Bild (bb@blumebild.com)

Leserfrage:

„Ich habe gelesen, dass es die Zeitschrift VISUELL nicht mehr gibt. Seit 19 Jahren beziehe ich die Zeitschrift und seit 2010 auch Ihre Tagesnews. Stimmt diese Meldung?"
Peter Lorenz, Hamburg

PIAG: Die Ausgabe 1/2012 mit dem neuen Titel VISUELL aktuell, die Sie hier lesen, beantwortet Ihre Frage.
VISUELL aktuell gibt es seit der Ausgabe 4/2011 in zwei Ausführungen mit den gleichen Inhalten - im bekannten Format in einer Print- und in einer Online-Version als PDF. Die Online-Version kostet pro Jahr 25 € und die gedruckte Ausgabe 32,40 €.
An alle Abonnenten wird auch künftig per wöchentlicher E-Mail-Zustellung Piag.de mit monatlich 100 aktuellen Meldungen versandt.

Leserzuschriften veröffentlichen wir in gekürzter Form soweit die Inhalte für einen größeren Leserkreis interessant erscheinen.

Über neue Ideen und Anregungen aus dem Leserkreis freuen wir uns.

Angefragt war dieser Tage ein Trainer für die Umschulung vom Fotografen zum Videografen. Zuschriften unter office@piag.de, Betreff: „Fragen und Meinungen"

Impressum

Impressum

VISUELL aktuell

Informationen für Bildkäufer, Agenturen und Fotoproduzenten

Herausgeber: Dieter Brinzer

Adresse: Presse Informations Aktiengesellschaft (PIAG), Rathausplatz 7, 76532 Baden-Baden, www.piag.de
Tel.:+49 (0)7221 30175-60 | **Fax:**+49 (0)7221 30175-70
Redaktion: Dieter Franzen, Jennifer Rothen, Kathrin Bartel, Ulla Baum, Dieter Brinzer. Weitere Mitarbeiter sind bei den jeweiligen Beiträgen vermerkt.
Lektorat: Ulla Baum
Tel.:+49 (0)7221 30175-60 | **E-Mail:** redaktion@piag.de
Anzeigen:
Tel.: +49 (0)7221 30175-60 | **E-Mail:** anzeigen@piag.de
Anzeigenpreise siehe Mediadaten unter www.piag.de
Abonnement: Thea Gutzeit
Tel.: +49 (0)7221 30175-60 | **E-Mail:** bestellung@piag.de
Erscheinungsweise:
VISUELL aktuell erscheint 2012 am 15. Januar, 15. April, 15. Juli, 15. Oktober als PDF.
Bezugskosten 2012: Deutschland / Europa als PDF € 25.00 / Print € 32,40 pro Jahr frei Haus
4 x pro Jahr zzgl. 52 x Newsletter von piag.de mit mtl. über 100 Meldungen in wöchentlichem Versand.
Verlängerung automatisch, soweit nicht vor Ende des Bezugszeitraums gekündigt wurde.

Grafik: EGS Fischer, Baden-Baden | **E-Mail:** grafik@piag.de
Bank: Postbank Karlsruhe, BLZ 660 100 75, Kto.-Nr.: 27454-756
BIC/SWIFT-Code: PBNKDEFF660
IBAN: DE18660100750027454756
Kreditkarten: VISA, Eurocard/MasterCard

PLZ Anwälte

PLZ 1

Rechtsanwalt **Alexander Koch,** Autor von „Handbuch zum Fotorecht“, Kaiserdamm 85, 14057 Berlin, Telefon: 030 51059209, E-Mail: post@rakoch.de

PLZ 2

PÖTZL & KIRBERG Fachanwaltskanzlei für Urheber- und Medienrecht, Friedensallee 25, 22765 Hamburg, Telefon 040 / 399 247 30, Fax 040 399 247 28, E-Mail: info@puk-medienrechte.de, www.puk-medienrechte.de

PLZ 5

RA David Seiler, www.fotorecht.de, Damaschkeanger 186, 60488 Frankfurt am Main

PLZ Bildbeschaffung (Artbuyer, Bildredakteure)

PLZ 2

Bildredakteur für Magazine, Zeitungen, Entwicklungsprojekte, Urlaubs- und Schwangerschafts-vertretung bundesweit. Englisch und Französisch. Stephan Gabriel, Hamburg, Tel. 040 / 563706, E-Mail: photo@stephan-gabriel.de

Bildredaktion Hamburg. Freier Bildredakteur, Art Buyer und Fotograf übernimmt Aufträge bundesweit. Schnell. Professionell. Und mit dem Blick für wirklich gute Fotografie. Diplom-Kommunikationsdesigner Bob Heinemann, mail@bobheinemann.de, Tel. 0171 9338265, www.bildredaktion-hamburg.de

Internationale Recherchen für Bild (bei Bedarf inkl. Text). Wir recherchieren hartnäckig, verhandeln intensiv und garantieren eine klare Kommunikation. Schnell und gründlich. Claudia Gossmann, Hamburg, Tel. 040 43099753, Mobil 0151 12885956, E-Mail: cgossmann@weltbuero.eu, www.weltbuero.eu

PLZ 4

Picture Worx, international erfahrene Bildredakteurin bietet Bildredaktion, -beschaffung, -konzeptentwicklung, Fachseminare, Vorträge, www.picture-worx-koeln.de

PLZ 7

Red.Sign GbR, Anja Schlatterer, Alexanderstr. 171, 70180 Stuttgart, www.redsign.de, Bildredaktion, Grafik, Redaktion. Tel. 0711 620083-66, E-Mail: anja.schlatterer@redsign.de

PLZ 8

www.Freie-Bildredakteure.de . Wir vermitteln deutschlandweit Bildredakteure an Werbeagenturen, Verlage und Unternehmen. E-Mail: office@freie-bildredakteure.de, Tel. 08234 809840

PLZ Footage



ClipDealer, lizenzfreie Footage Clips in diversen Auflösungen zum Fixpreis und sofortigen Download. www.clipdealer.de

Stockfood GmbH – Lizenzfreie Footage Clips rund um das Thema Essen, Trinken, Lifestyle für Online-Projekte bis Kinoproduktionen. Stockfood GmbH, Tumblingerstr. 32, 80337 München. Tel.: 089 74720242, www.stockfood.com

PLZ Fotografen (Auftragsfotogr., Bildjournalist, Werbung)



www.schunk-fotografien.de – Eigene Fotografien zu verschiedenen Bildthemen zum Ansehen, Kennenlernen, Kontakten, usw. E-Mail: horst.schunk@t-online.de



www.LeoHimsl.com – Werbefotografie, Sportmode, Actionsports, Tourismus, Wellness, E-Mail: office@leohimsl.com, Tel.: 0043 (0) 7752 71 442



www.mathis-photographs.com – Sport- und Outdoorfotografie, Reportagefotografie, Landschaftsfotografie, Fine Art Prints, E-Mail: office@mathis-photographs.com, Tel.: 0043 (0) 5576 75083

PLZ Illustratoren

PLZ NL-1

www.illudirectstockillustrations.com – Derzeit 3.500 Bilder von internationalen Künstlern von höchster Qualität. Mit Links zu den verschiedenen Webseiten unserer Illustratoren, Spezialaufträge werden übernommen.
E-Mail: info@illudirect.com, Tel.: 0031 – 654 725222, Casparuslaan 505, 1382 KR Weesp, NL.

VISUELL aktuell



1_2012

○ Abo-Bestellung für 2012

Erscheinungstermine:
15. Januar, 15. April, 15. Juli, 15. Oktober.



○ 4_2011

Name	
Firma	
Straße	
Stadt	
Telefon	
Fax	
E-Mail	



○ 3_2011

VISUELL aktuell für ein Jahr als PDF

sowie 52 x Newsletter von piag.de 25,– Euro
VISUELL aktuell als Druckversion 32,40 Euro

Verlängerung automatisch, soweit nicht vor Ende des Bezugszeitraums gekündigt wurde.

Datum	
Unterschrift	



○ 2_2011

Presse Informations AG, Rathausplatz 7, D-76532 Baden-Baden
per E-Mail Bestellung@piag.de oder per Fax an +49 (0) 7221 30175-70